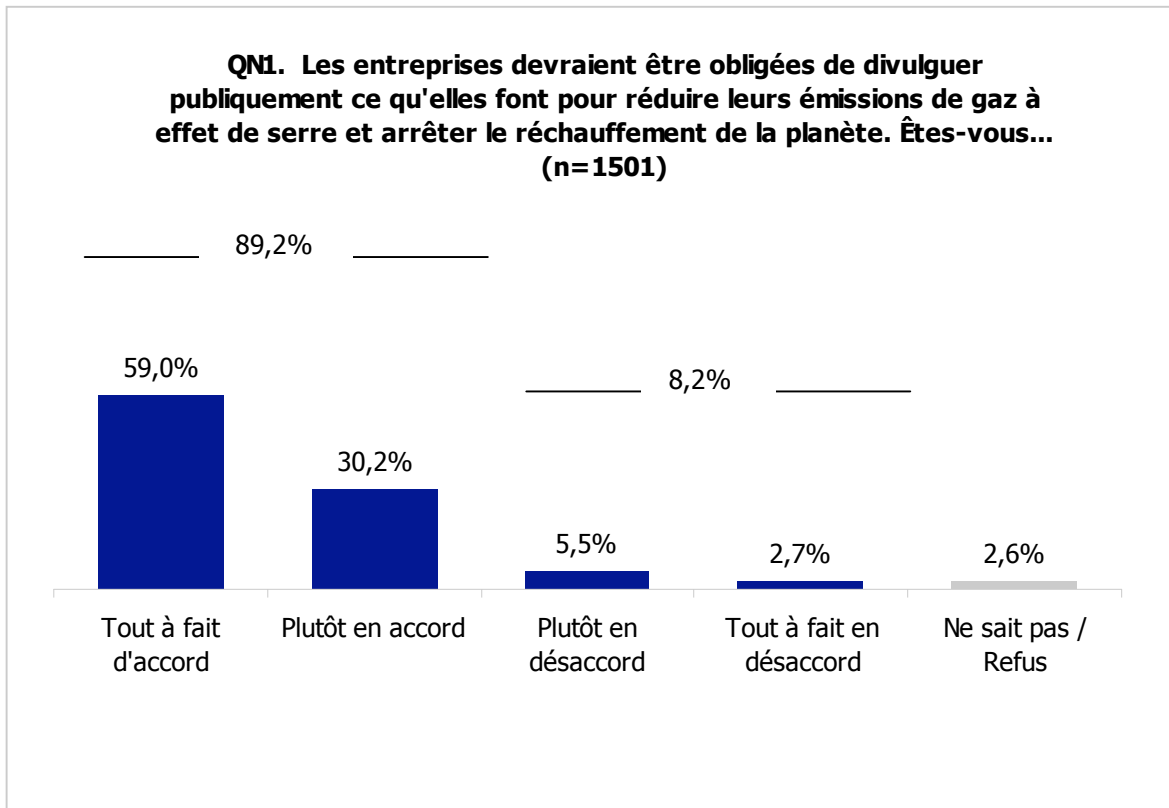


# Sondage Omnican

La majorité des répondants sont en accord avec le fait que les entreprises devraient divulguer publiquement ce qu'elles font pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et arrêter le réchauffement de la planète (89,2%). En contrepartie, 8,2% ne sont pas d'accord.

**Êtes-vous TOUT À FAIT D'ACCORD, PLUTÔT EN ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD avec l'énoncé suivant:**



Le tableau suivant présente le profil des répondants selon leur opinion à l'égard de l'obligation de divulguer leurs actions quant aux émissions de gaz à effet de serre et au réchauffement de la planète. Les répondants qui approuvent le plus cette obligation sont les répondants du Québec (91,7%) et de la Colombie-Britannique (92,7%). Par contre, les Albertains (10,8%) et les Ontariens (10,5 %) sont plus nombreux à être en désaccord.

|                          | Gens en accord avec l'énoncé<br>(n=1339) | Gens en désaccord avec l'énoncé<br>(n=124) |
|--------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>TOTAL</b>             | <b>89,2%</b>                             | <b>8,2%</b>                                |
| <b>Sexe</b>              |                                          |                                            |
| Homme                    | 87,6%                                    | 10,0%                                      |
| Femme                    | 90,8%                                    | 6,6%                                       |
| <b>Âge</b>               |                                          |                                            |
| 18-24 ans                | 90,3%                                    | 7,4%                                       |
| 25-34 ans                | 89,7%                                    | 9,1%                                       |
| 35-44 ans                | 91,3%                                    | 7,3%                                       |
| 45-54 ans                | 92,0%                                    | 7,4%                                       |
| 55-64 ans                | 88,5%                                    | 8,3%                                       |
| 65 ans et plus           | 82,2%                                    | 10,1%                                      |
| <b>Région</b>            |                                          |                                            |
| Atlantique               | 88,5%                                    | 6,3%                                       |
| Québec                   | <b>91,7%</b>                             | 6,1%                                       |
| Ontario                  | 87,0%                                    | <b>10,5%</b>                               |
| Prairies                 | 87,7%                                    | 8,3%                                       |
| Alberta                  | 89,2%                                    | <b>10,8%</b>                               |
| Colombie-Britannique     | <b>92,7%</b>                             | 4,7%                                       |
| <b>Scolarité</b>         |                                          |                                            |
| Primaire/secondaire      | 89,3%                                    | 7,4%                                       |
| Collégial                | <b>93,4%</b>                             | 5,2%                                       |
| Universitaire            | 86,4%                                    | <b>12,5%</b>                               |
| <b>Revenu familial</b>   |                                          |                                            |
| Moins de 19 999\$        | 85,8%                                    | 7,4%                                       |
| 20 000\$ – 39 999\$      | <b>93,2%</b>                             | 4,8%                                       |
| 40 000\$ – 59 999\$      | 90,0%                                    | 8,5%                                       |
| 60 000\$ et plus         | 90,2%                                    | <b>8,9%</b>                                |
| <b>Occupation</b>        |                                          |                                            |
| Bureau / vente / service | 91,2%                                    | 7,6%                                       |
| Travailleur manuel       | <b>93,2%</b>                             | 5,3%                                       |
| Professionnel            | 88,4%                                    | <b>10,2%</b>                               |
| Au foyer                 | 89,5%                                    | 9,0%                                       |
| Étudiant                 | <b>93,7%</b>                             | 5,0%                                       |
| Retraité / Sans emploi   | 84,8%                                    | 9,3%                                       |

## **Notre méthodologique**

Le sondage Omnican, effectué par Léger Marketing, a été réalisé au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1501 Canadiennes et Canadiens âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Les entrevues ont été réalisées à partir de nos centraux téléphoniques de Winnipeg et de Montréal du 19 au 24 juillet 2005. Nous avons la possibilité d'effectuer jusqu'à 10 appels dans les cas de non-réponse.

Selon les données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, les régions et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population adulte du Canada. Finalement, nous obtenons avec les 1501 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de  $\pm 2,53\%$ , et ce, 19 fois sur 20.