

Rapport

# NÉGOCIATIONS DU SECTEUR PUBLIC

Sondage auprès des Québécois et des Québécoises

*Rapport préparé pour :*

Leger

DATE 2023-11-06 NUMÉRO DE PROJET 16811-040





# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

# MÉTHODOLOGIE

Léger a mené une enquête auprès des Québécois et des Québécoises pour connaître leur opinion sur les négociations actuelles entre le gouvernement du Québec et le Front commun intersyndical regroupant les syndicats de la fonction publique.

## MÉTHODE

Un **sondage Web** a été réalisé auprès de 1 015 Québécois-es âgé-es de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

## QUAND ?

Les données ont été collectées du **3 au 6 novembre 2023**.

## MARGE D'ERREUR

Il n'est pas possible de calculer une marge d'erreur sur un échantillon tiré d'un panel, mais à titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 015 répondant-e-s est de  $\pm 3,1\%$ , et ce 19 fois sur 20.

## PONDÉRATION

Les résultats ont été pondérés **en fonction du sexe, de l'âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité, de la présence d'enfants dans le ménage** afin d'assurer un échantillon représentatif de la population québécoise.

## DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.

## NOTES AUX LECTEUR-TRICE-S

### NSP

*La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».*

### ARRONDISSEMENT

*Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.*

### DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

*Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.*

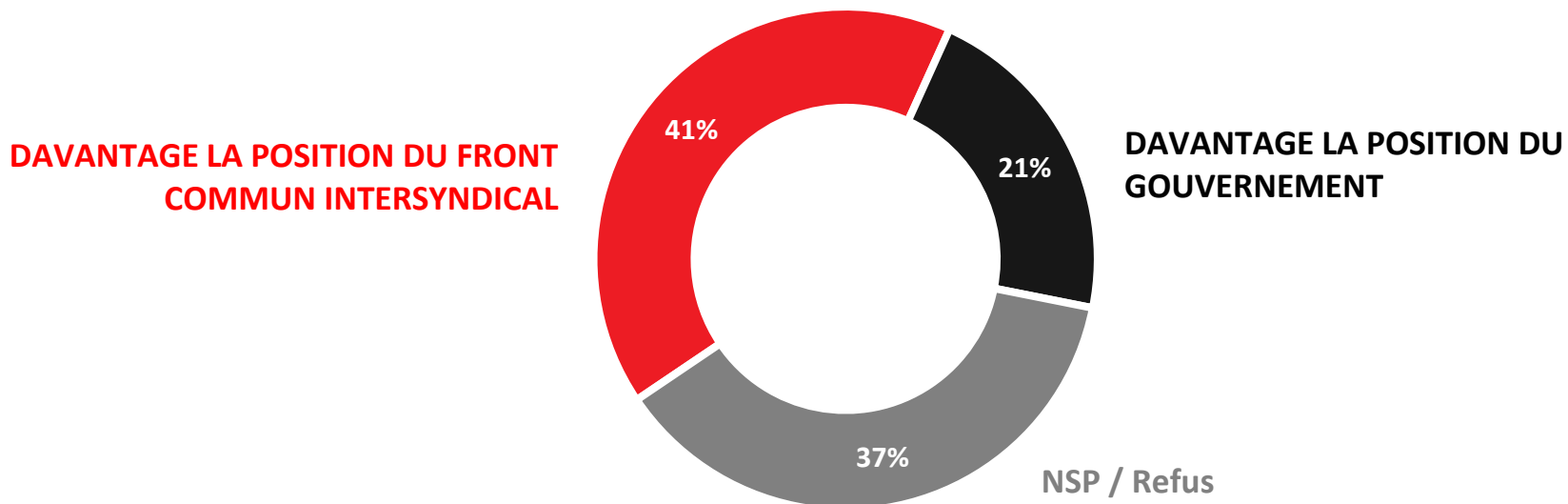


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# POSITION DANS LES NÉGOCIATIONS DU SECTEUR PUBLIC

Q1. Dans les négociations actuelles entre le gouvernement du Québec et le Front commun intersyndical regroupant les syndicats de la fonction publique, appuyez-vous davantage la position du gouvernement ou appuyez-vous davantage la position du Front commun intersyndical ?

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 015)



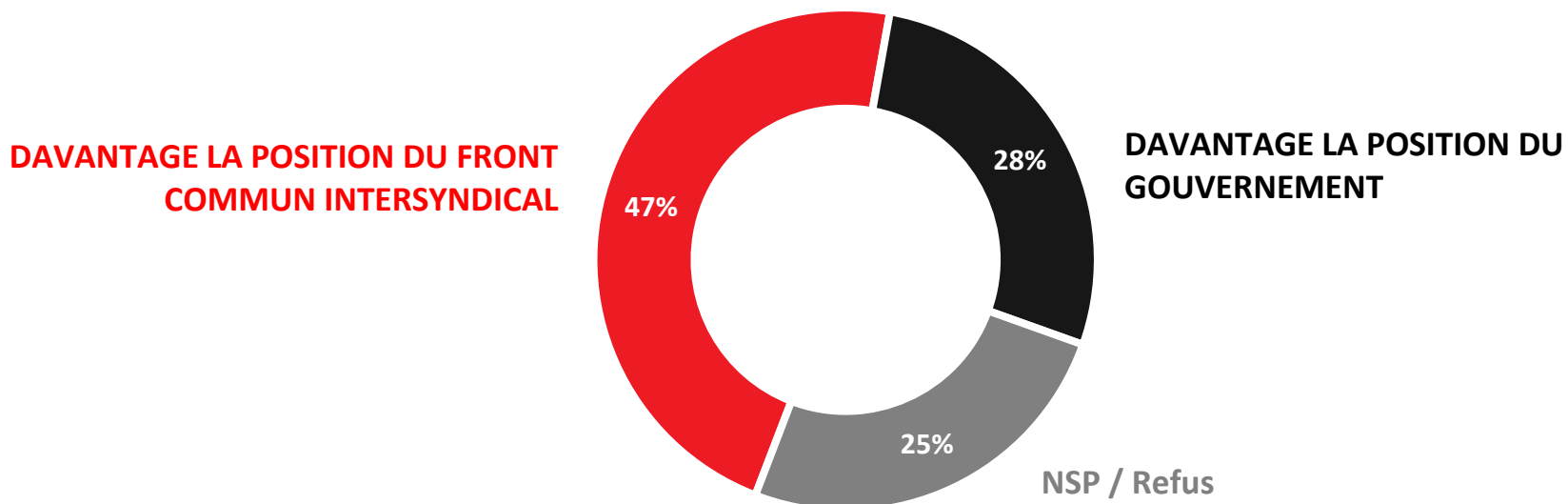
|   | TOTAL    | SEXE  |       | ÂGE   |       |      | LANGUE |            | RÉGION  |        |             |
|---|----------|-------|-------|-------|-------|------|--------|------------|---------|--------|-------------|
|   |          | Homme | Femme | 18-34 | 35-54 | 55 + | Franco | Non-franco | Mtl RMR | Qc RMR | Reste du Qc |
|   | n= 1 015 | 493   | 522   | 304   | 372   | 339  | 818    | 197        | 410     | 304    | 301         |
| Davantage la position du Front commun intersyndical | 41%      | 43%   | 39%   | 41%   | 41%   | 41%  | 41%    | 40%        | 41%     | 51%    | 39%         |
| Davantage la position du gouvernement               | 21%      | 28%   | 15%   | 16%   | 18%   | 27%  | 24%    | 14%        | 22%     | 20%    | 21%         |
| NSP / Refus   | 37%      | 28%   | 46%   | 44%   | 41%   | 31%  | 35%    | 45%        | 37%     | 28%    | 40%         |

# POSITION DANS LES NÉGOCIATIONS DU SECTEUR PUBLIC

## – APPUI EN FONCTION DES PROPOSITIONS SPÉCIFIQUES

Q2. Sachant que le gouvernement du Québec offre 10,3% d'augmentation salariale sur 5 ans et que le Front commun intersyndical demande 20% sur 3 ans, appuyez-vous davantage la position du gouvernement ou appuyez-vous davantage la position du Front commun intersyndical ?

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 015)



|   | TOTAL    | SEXE  |       | ÂGE   |       |      | LANGUE |            | RÉGION  |        |             |
|---|----------|-------|-------|-------|-------|------|--------|------------|---------|--------|-------------|
|   |          | Homme | Femme | 18-34 | 35-54 | 55 + | Franco | Non-franco | Mtl RMR | Qc RMR | Reste du Qc |
|   | n= 1 015 | 493   | 522   | 304   | 372   | 339  | 818    | 197        | 410     | 304    | 301         |
| Davantage la position du Front commun intersyndical | 47%      | 48%   | 46%   | 53%   | 47%   | 44%  | 45%    | 52%        | 48%     | 46%    | 46%         |
| Davantage la position du gouvernement               | 28%      | 33%   | 23%   | 17%   | 25%   | 36%  | 31%    | 19%        | 27%     | 34%    | 26%         |
| NSP / Refus   | 25%      | 19%   | 32%   | 30%   | 28%   | 21%  | 24%    | 29%        | 25%     | 19%    | 28%         |



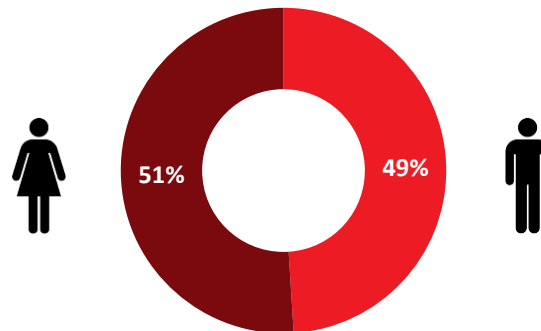
# PROFIL DES RÉPONDANT-E-S

# PROFIL DES RÉPONDANT-E-S (1/2)

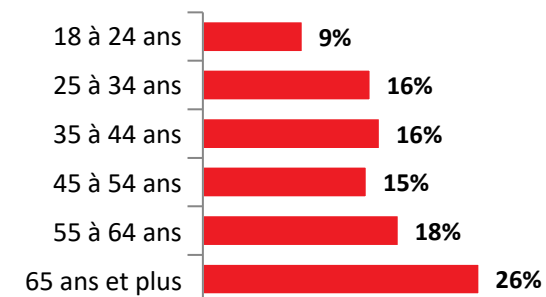


| Québec       |     |
|--------------|-----|
| Montréal RMR | 50% |
| Québec RMR   | 10% |
| Autre        | 40% |
| Est          | 8%  |
| Centre       | 15% |
| Ouest        | 17% |

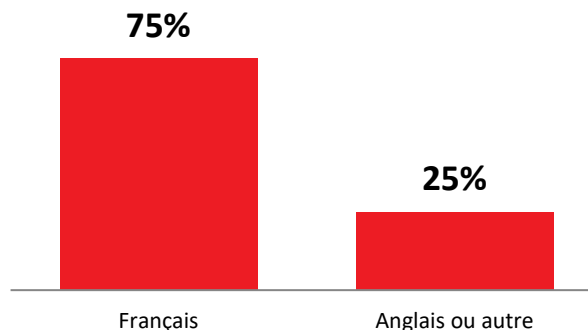
## RÉGION



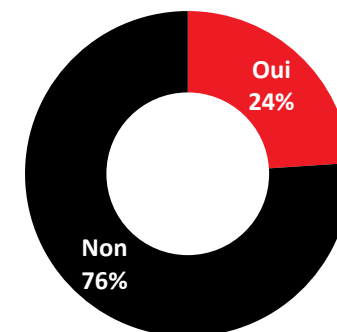
## GENRE



## ÂGE



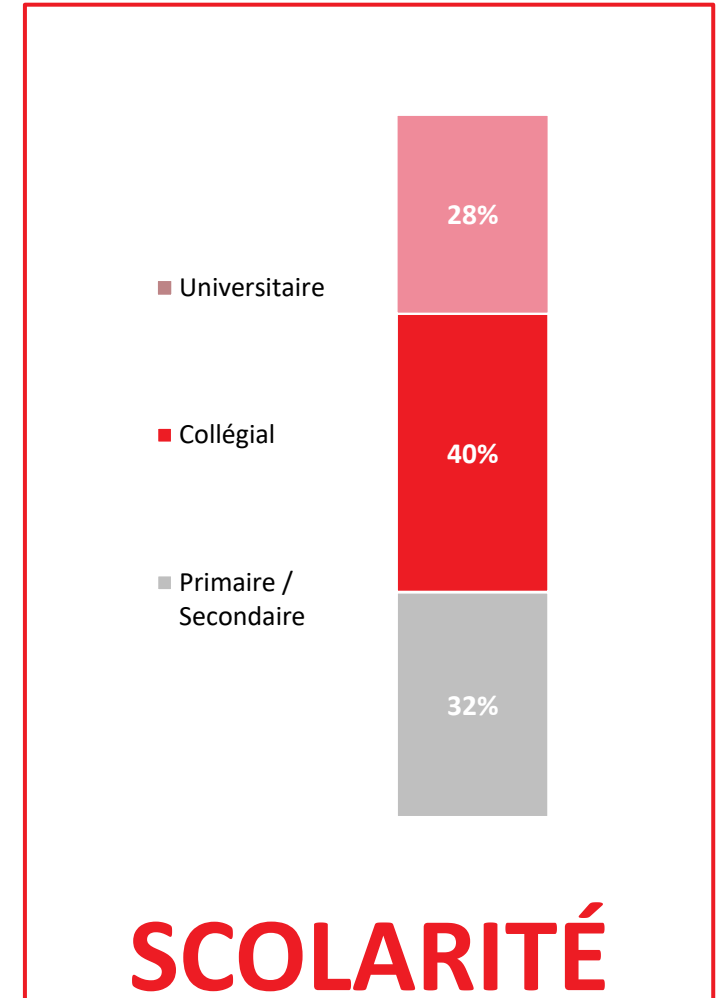
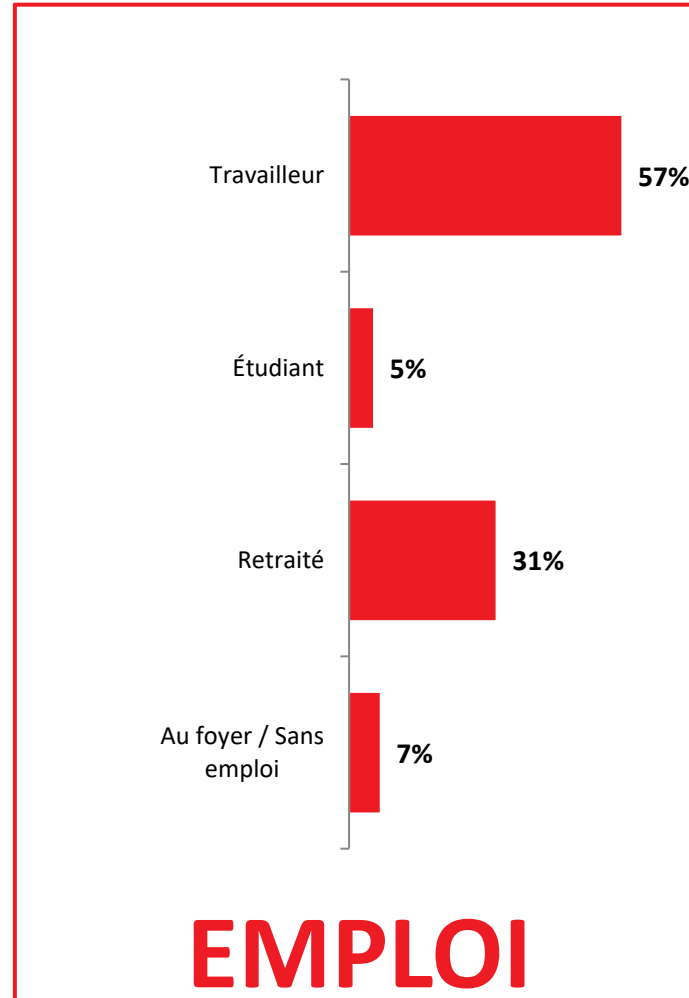
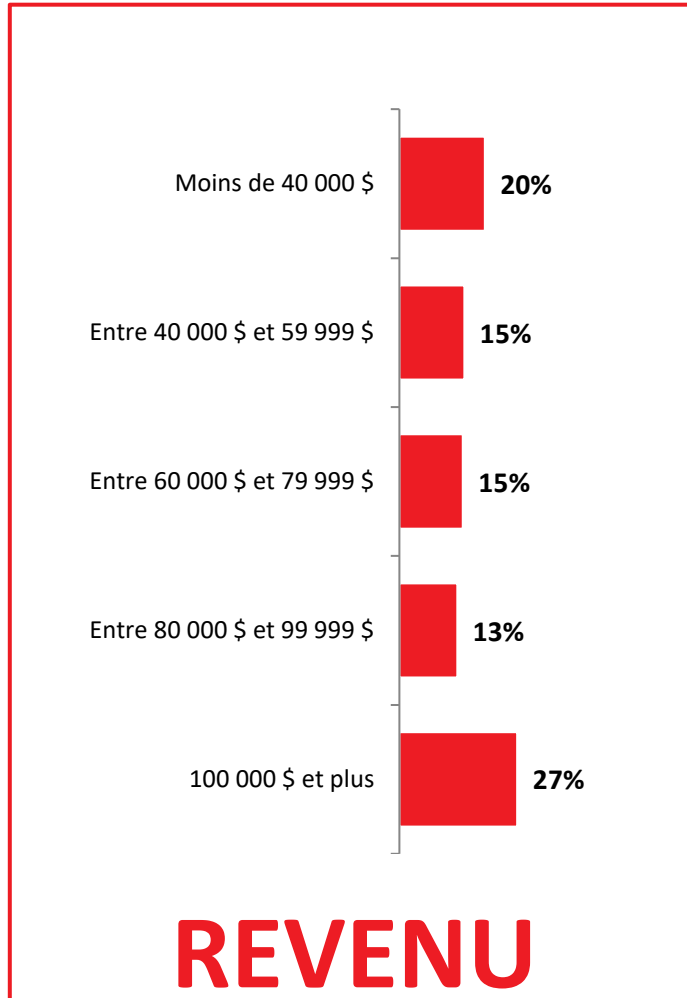
## LANGUE



## ENFANTS



# PROFIL DES RÉPONDANT-E-S (2/2)



Base : Tous les répondant-e-s (n=1 015)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».




ÉQUIPE


# ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

**Éric Normandeau**

Stratège conseil

 [enormandeau@leger360.com](mailto:enormandeau@leger360.com)

 514-982-2464 poste 3106

**Équipe projet**

**Eric Normandeau**, Stratège conseil

**Hugo Fluet**, Analyste de recherche

## NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**  
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**  
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**  
Gestion de panel
- **Léger Communauté**  
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**  
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**  
Worldwide Independent Network (WIN)

**600**  
EMPLOYÉS



**185**  
CONSULTANTS



**8**  
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG  
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

# NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.

# Léger

*Comprendre le monde*

