

# Rapport

## SITUATION DE LA LANGUE FRANÇAISE AU QUÉBEC

Sondage auprès des Québécoises et  
Québécois



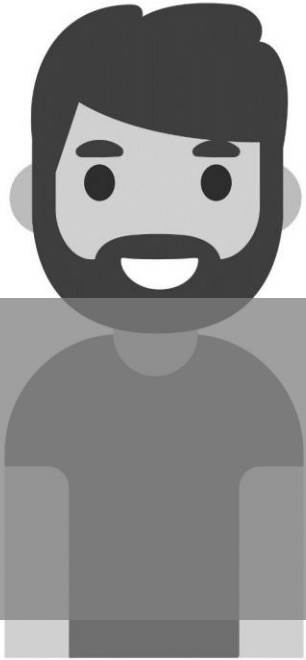
Bonjour!

Привет!

Hi!

Hej!

今日は!



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

# MÉTHODOLOGIE

Un **sondage web** a été réalisé du **8 au 11 novembre 2019** auprès de **1 008 Québécois(es)**, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation ainsi que la présence d'enfants dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

À titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 008 répondants est de **± 3,1%**, et ce, 19 fois sur 20.

## Notes pour la lecture du rapport :

- Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.
- Les nombres en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément

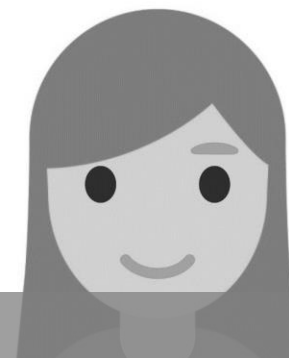
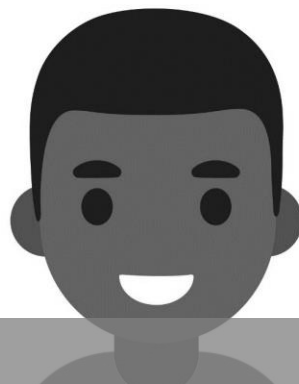
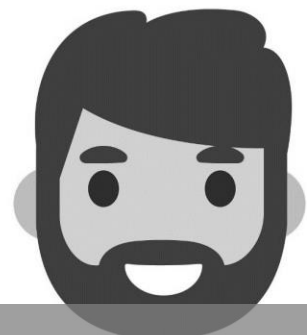
Bonjour!

Привет!

Hi!

Hej!

今日は!

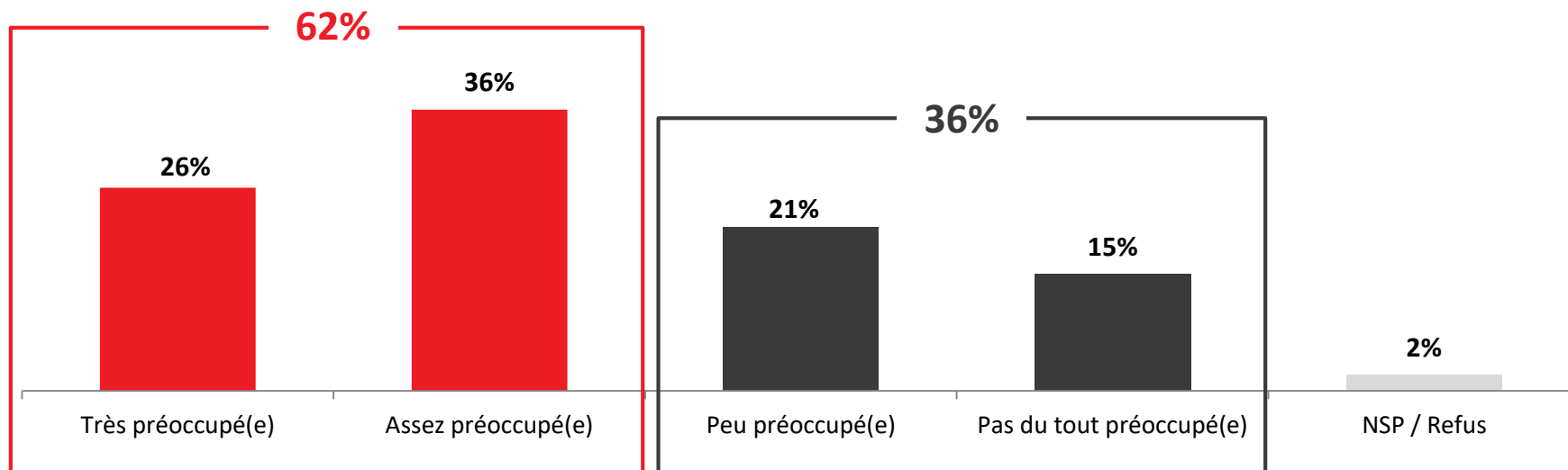


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# PRÉOCCUPATION ENVERS L'USAGE DU FRANÇAIS DANS L'ESPACE PUBLIC

Q1. Vous sentez-vous très préoccupé, assez préoccupé, peu ou pas du tout préoccupé par l'usage du français dans l'espace public?

Base : Tous les répondants (n=1 008)

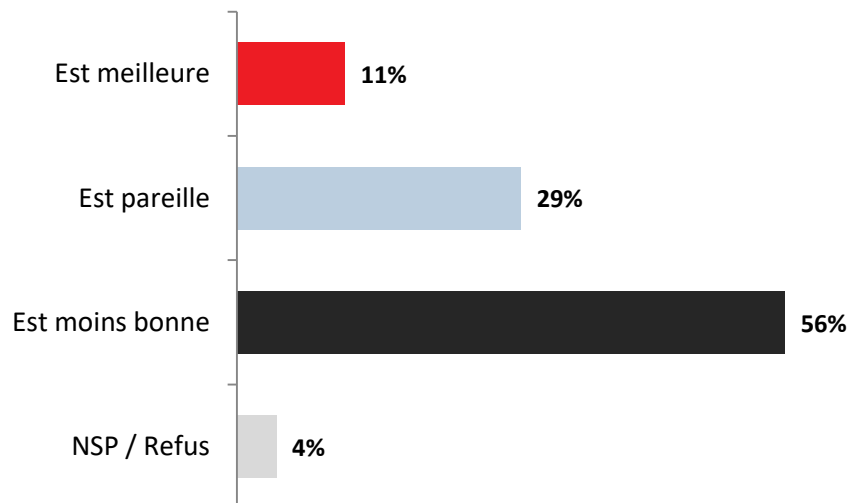


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233
<b>TOTAL PRÉOCCUPÉ(E)</b>	<b>62%</b>	59%	64%	<b>50%</b>	63%	<b>68%</b>	<b>56%</b>	66%	<b>68%</b>	<b>70%</b>	<b>34%</b>
Très préoccupé(e)	26%	24%	28%	<b>15%</b>	<b>22%</b>	<b>36%</b>	<b>23%</b>	25%	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>13%</b>
Assez préoccupé(e)	36%	35%	36%	35%	<b>41%</b>	<b>31%</b>	33%	<b>42%</b>	37%	<b>40%</b>	<b>21%</b>
<b>TOTAL PEU/PAS PRÉOCCUPÉ(E)</b>	<b>36%</b>	<b>40%</b>	<b>33%</b>	<b>47%</b>	35%	<b>30%</b>	<b>42%</b>	33%	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>63%</b>
Peu préoccupé(e)	21%	<b>25%</b>	<b>17%</b>	<b>34%</b>	19%	<b>15%</b>	23%	21%	19%	20%	26%
Pas du tout préoccupé(e)	15%	14%	16%	13%	16%	16%	<b>19%</b>	11%	<b>11%</b>	<b>8%</b>	<b>38%</b>
<b>Ne sait pas / Refus</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	2%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%

# SITUATION DU FRANÇAIS AU QUÉBEC COMPARATIVEMENT À IL Y A 10 ANS

Q2. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec est actuellement meilleure, pareille ou moins bonne qu'il y a dix ans?

Base : Tous les répondants (n=1 008)

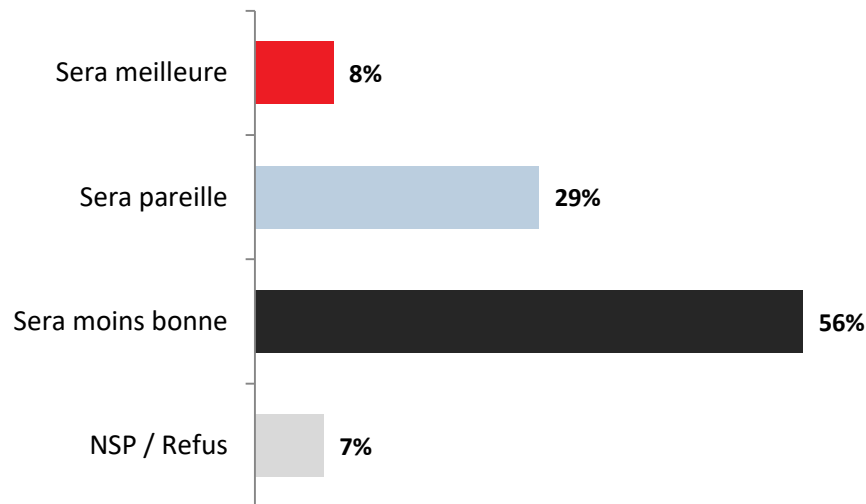


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Usage du français dans l'espace public (Q1)	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Préoccupé	Pas préoccupé
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233	605	384
Est meilleure	11%	12%	10%	11%	9%	13%	13%	5%	10%	7%	25%	8%	16%
Est pareille	29%	34%	24%	30%	30%	28%	34%	34%	22%	25%	44%	18%	48%
Est moins bonne	56%	51%	60%	52%	56%	58%	50%	58%	63%	65%	25%	73%	29%
Ne sait pas / Refus	4%	2%	6%	7%	4%	1%	3%	3%	5%	3%	6%	2%	7%

# SITUATION DU FRANÇAIS AU QUÉBEC DANS 10 ANS

Q3. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec sera, dans dix ans, meilleure, pareille ou moins bonne qu'actuellement?

Base : Tous les répondants (n=1 008)

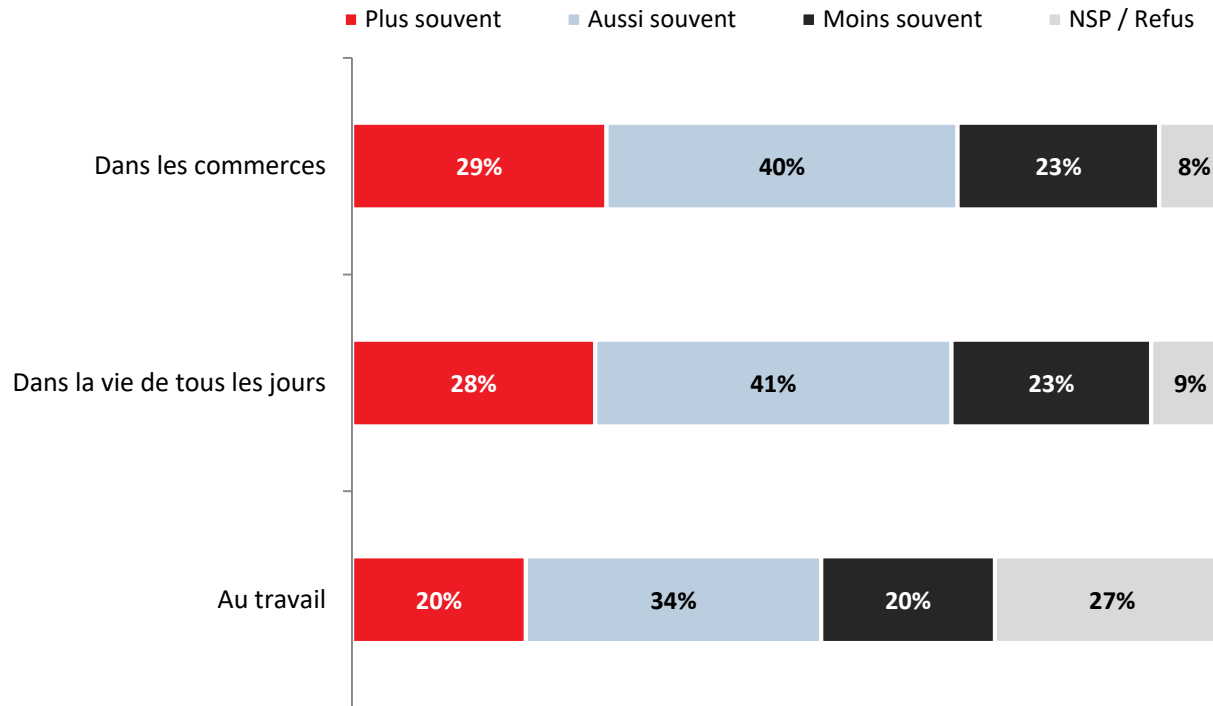


	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Usage du français dans l'espace public (Q1)	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Préoccupé	Pas préoccupé
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233	605	384
Sera meilleure	8%	9%	8%	8%	7%	10%	9%	4%	8%	6%	16%	8%	10%
Sera pareille	29%	33%	24%	32%	27%	28%	33%	29%	23%	24%	46%	18%	46%
Sera moins bonne	56%	55%	57%	53%	58%	55%	50%	59%	62%	64%	28%	68%	36%
Ne sait pas / Refus	7%	4%	11%	7%	8%	7%	7%	8%	8%	6%	10%	6%	8%

# ÉVOLUTION DE LA PRÉSENCE DE L'ANGLAIS

Q4. Comparativement à il y a 10 ans, est-ce que vous vous faites aborder plus souvent, aussi souvent ou moins souvent en anglais \_\_\_\_\_?

Base : Tous les répondants (n=1 008)





# ÉVOLUTION DE LA PRÉSENCE DE L'ANGLAIS - DÉTAILS

Q4. Comparativement à il y a 10 ans, est-ce que vous vous faites aborder plus souvent, aussi souvent ou moins souvent en anglais \_\_\_\_\_?

Base : Tous les répondants

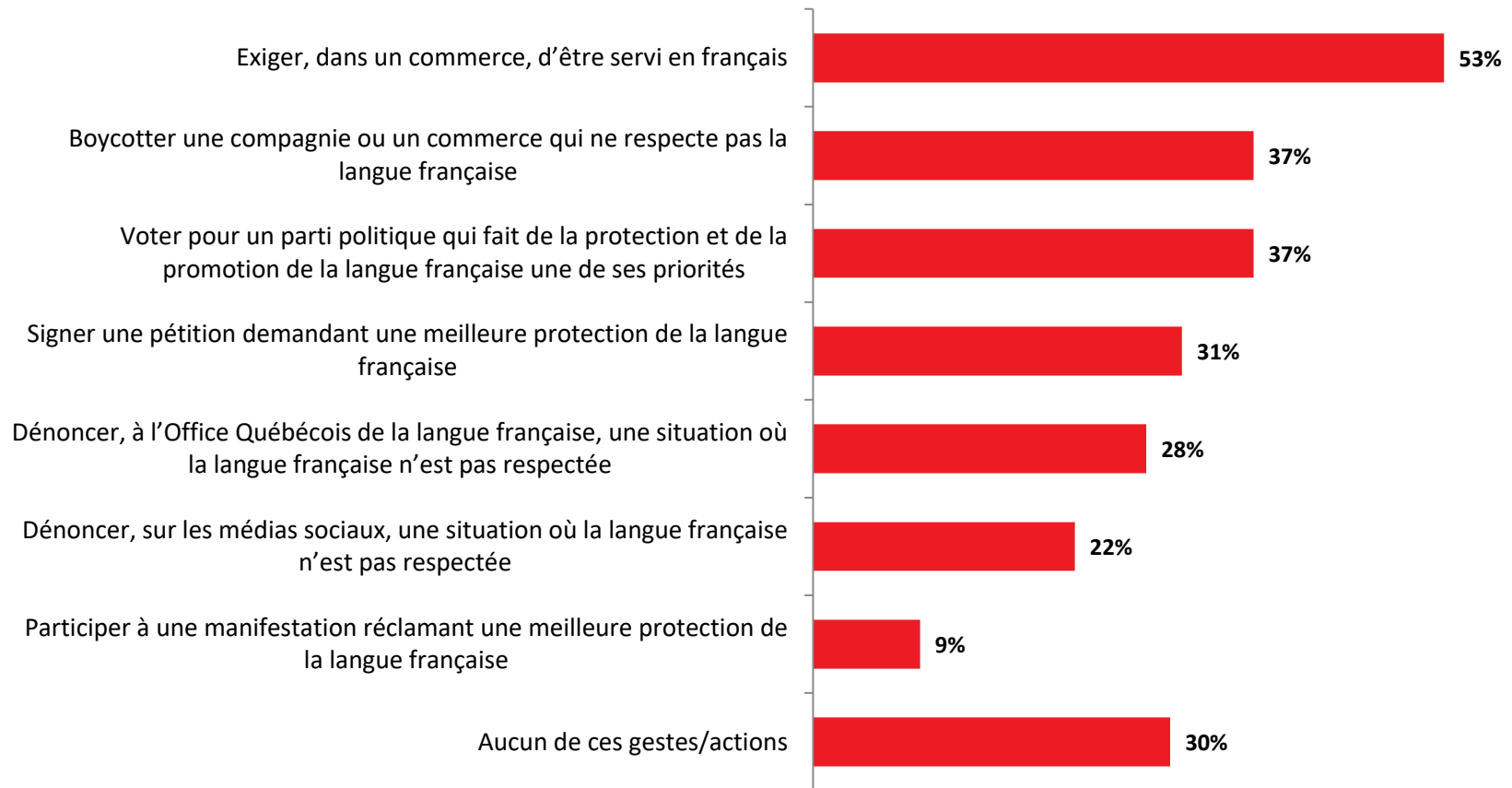
	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Usage du français dans l'espace public (Q1)	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Préoccupé	Pas préoccupé
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233	605	384
<b>Dans les commerces</b>													
Plus souvent	29%	29%	29%	37%	31%	22%	31%	21%	28%	33%	16%	37%	16%
Aussi souvent	40%	44%	37%	40%	44%	38%	38%	52%	40%	43%	31%	38%	47%
Moins souvent	23%	22%	23%	16%	16%	32%	25%	16%	22%	16%	46%	18%	31%
<b>Dans la vie de tous les jours</b>													
Plus souvent	28%	30%	26%	38%	29%	21%	29%	23%	28%	31%	17%	34%	19%
Aussi souvent	41%	43%	39%	38%	48%	37%	42%	47%	38%	42%	38%	37%	47%
Moins souvent	23%	20%	25%	15%	14%	35%	23%	20%	23%	18%	38%	21%	25%
<b>Au travail</b>													
Plus souvent	20%	23%	17%	35%	21%	10%	19%	18%	21%	20%	18%	23%	15%
Aussi souvent	34%	37%	31%	35%	44%	25%	34%	38%	32%	34%	34%	30%	39%
Moins souvent	20%	21%	19%	15%	21%	22%	21%	15%	20%	18%	28%	17%	27%

# GESTES QU'ILS SERAIENT PRÊTS À POSER POUR UNE MEILLEURE PROTECTION ET PROMOTION DU FRANÇAIS

**Q5. Quel(s) geste(s) ou action(s) seriez-vous prêt à poser pour assurer une meilleure protection et promotion du français?** PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Tous les répondants (n=1 008)



# GESTES QU'ILS SERAIENT PRÊTS À POSER POUR UNE MEILLEURE PROTECTION ET PROMOTION DU FRANÇAIS - DÉTAILS

**Q5. Quel(s) geste(s) ou action(s) seriez-vous prêt à poser pour assurer une meilleure protection et promotion du français?** PLUSIEURS MENTIONS

POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

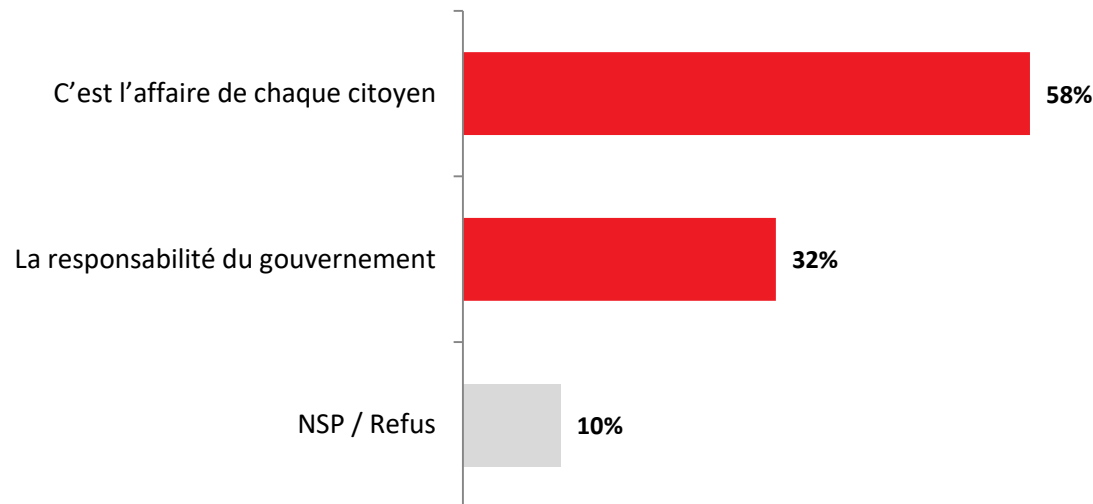
Base : Tous les répondants

	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Usage du français dans l'espace public (Q1)	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Préoccupé	Pas préoccupé
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233	605	384
Exiger, dans un commerce, d'être servi en français	53%	52%	54%	45%	48%	61%	45%	60%	61%	65%	12%	69%	27%
Boycotter une compagnie ou un commerce qui ne respecte pas la langue française	37%	41%	34%	27%	32%	48%	31%	37%	45%	46%	7%	53%	12%
Voter pour un parti politique qui fait de la protection et de la promotion de la langue française une de ses priorités	37%	37%	38%	29%	31%	48%	34%	35%	42%	46%	8%	51%	14%
Signer une pétition demandant une meilleure protection de la langue française	31%	27%	34%	27%	27%	36%	27%	29%	35%	38%	6%	42%	12%
Dénoncer, à l'Office Québécois de la langue française, une situation où la langue française n'est pas respectée	28%	31%	26%	21%	26%	35%	23%	33%	34%	35%	6%	40%	10%
Dénoncer, sur les médias sociaux, une situation où la langue française n'est pas respectée	22%	22%	23%	18%	21%	26%	17%	24%	30%	28%	4%	33%	5%
Participer à une manifestation réclamant une meilleure protection de la langue française	9%	10%	8%	9%	6%	12%	9%	7%	10%	10%	6%	14%	1%
Aucun de ces gestes/actions	30%	30%	31%	32%	36%	25%	40%	21%	21%	16%	77%	13%	59%

# RESPONSABILITÉ DE L'AVENIR DU FRANÇAIS

Q6. Est-ce que l'avenir du français est avant tout la responsabilité du gouvernement ou c'est l'affaire de chaque citoyen?

Base : Tous les répondants (n=1 008)



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue		Usage du français dans l'espace public (Q1)	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco	Préoccupé	Pas préoccupé
	n= 1 008	503	505	314	324	370	401	307	300	774	233	605	384
C'est l'affaire de chaque citoyen	58%	61%	55%	50%	59%	63%	57%	63%	59%	59%	55%	56%	62%
La responsabilité du gouvernement	32%	31%	33%	38%	30%	30%	31%	32%	34%	37%	16%	39%	21%
Ne sait pas / Refus	10%	8%	12%	13%	11%	7%	13%	5%	7%	4%	29%	5%	17%

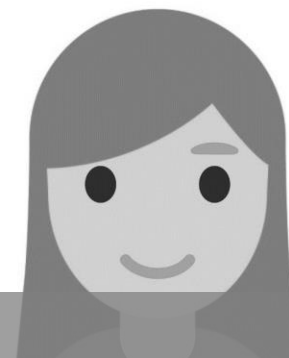
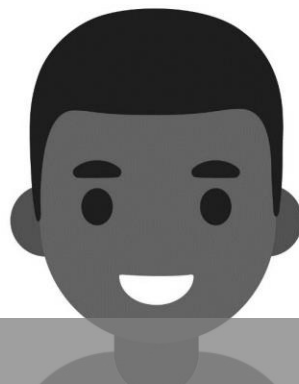
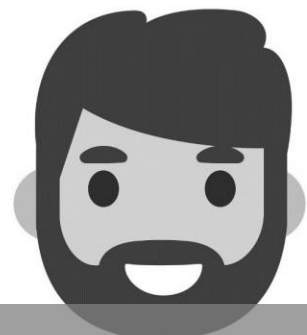
Bonjour!

Привет!

Hi!

Hej!

今日は!



PROFIL DES RÉPONDANTS

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## RÉGION



Québec	
Montréal RMR	50%
Québec RMR	10%
<b>Autre</b>	<b>40%</b>
Est	8%
Centre	15%
Ouest	17%

## GENRE



**Homme**

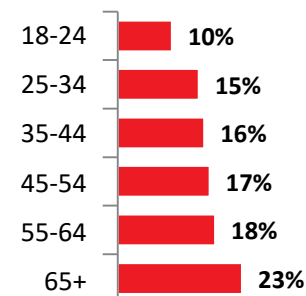
49%



**Femme**

51%

## ÂGE



## LANGUAGE

**Français**

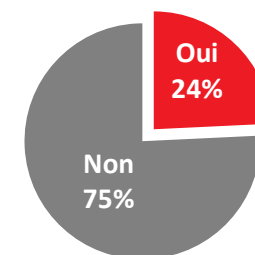
77%

**Anglais - Autre**

23%



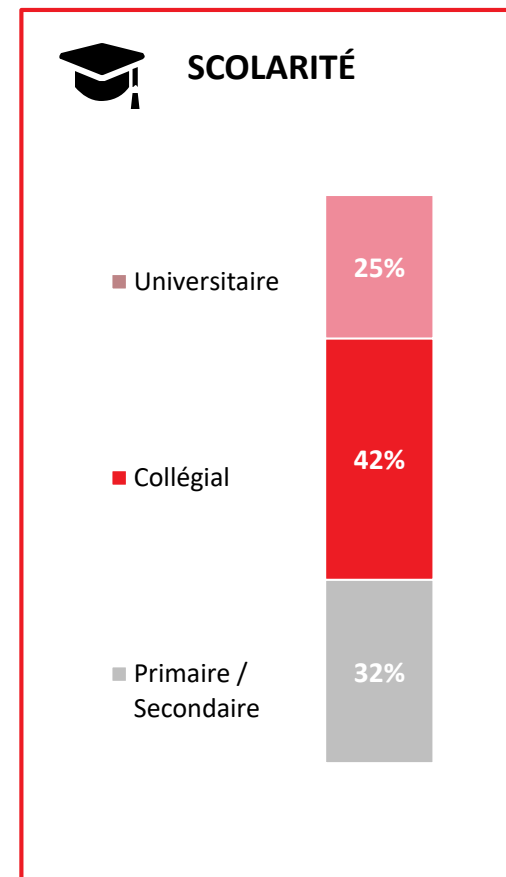
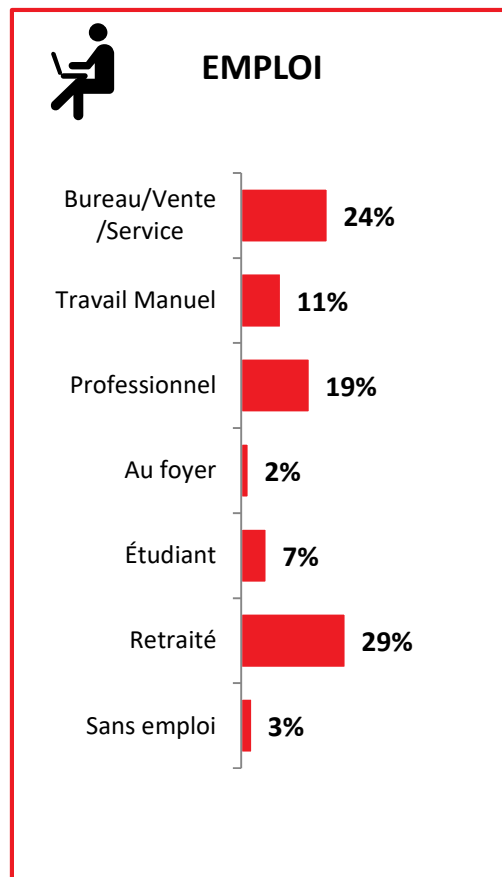
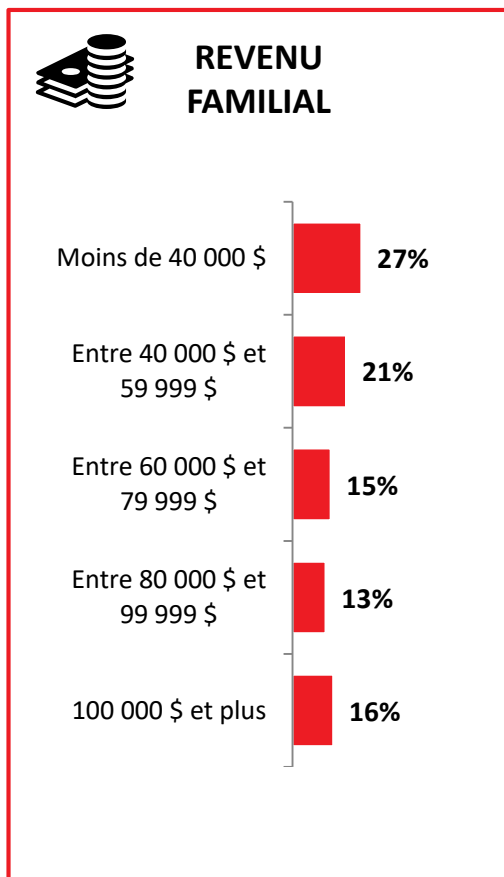
## ENFANT



Base : Tous les répondants (n=1 008)

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

# PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=1 008)

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

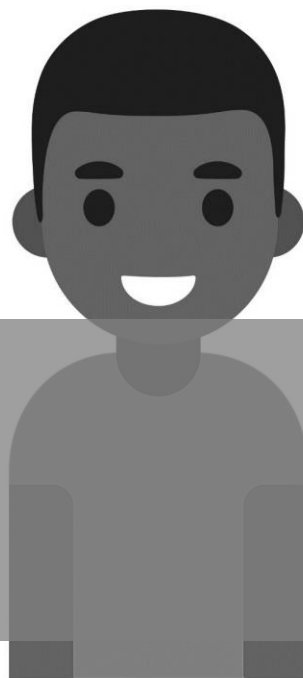
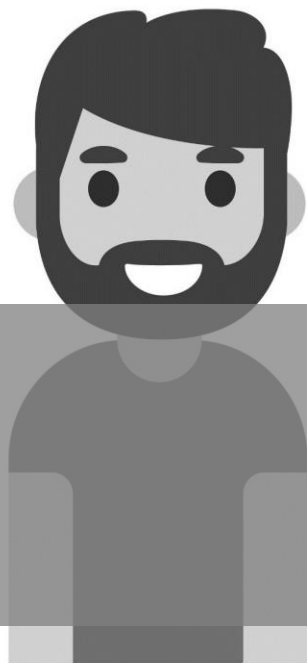
Bonjour!

Привет!

Hi!

Hej!

今日は!



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

**Éric Normandeau**, Stratège conseil

**Roxanne Bazinet**, Analyste de recherche

**Sylvain Gauthier**, Vice-Président Communications et affaires publiques

# NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**  
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**  
Analyse de modélisation de données
- **Legerweb**  
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

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

# 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.

# Leger

—  
*Comprendre le monde*



[leger360.com](http://leger360.com)



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)