

LOBBYISME QUÉBEC

INDICE DE CONFIANCE

Pratique saine et transparente du lobbyisme
Vague 2024

AVRIL 2024



Edelman
DXI



Lobbyisme
Québec

Contexte et objectifs

Lobbyisme Québec a mandaté *Edelman Data and Intelligence* pour mener une étude fondamentale sur la confiance du public envers la pratique saine et transparente du lobbyisme au Québec, et mesurer l'évolution de cette confiance au fil du temps.

Cette étude vise à relever tout changement notable, entre 2023 et 2024, dans la perception du public envers le lobbyisme au Québec, ses principaux acteurs, et sa pratique transparente et éthique, ainsi que dans la connaissance de Lobbyisme Québec et du Registre des lobbyistes.

EDELMAN DXI / © 2023



Méthodologie

Un sondage quantitatif en ligne de 9 minutes a été effectué par l'intermédiaire d'un panel Angus Reid.



PUBLIC

Grand public québécois
18 ans et +



TAILLE DE L'ÉCHANTILLON

n=1 003 répondants connaissant
l'existence du lobbyisme
(*exigence de qualification**)

n=1 291 participants totaux au
sondage



MÉTHODE

Sondage en ligne
de 9 minutes



PÉRIODE

21 au 27 mars 2024

Conclusions principales du sondage : La perception globale du public envers le lobbyisme au Québec demeure stable, avec quelques améliorations au chapitre de la notoriété et de la confiance.

1

La connaissance du lobbyisme au Québec, de la réglementation qui encadre sa pratique transparente et éthique, et de Lobbyisme Québec est plus marquée qu'en 2023. Cette hausse peut être expliquée par une attention accrue portée à l'instabilité au sein du gouvernement provincial ainsi qu'à la lettre ouverte du commissaire au lobbyisme invitant un groupe d'anciens premiers ministres du Québec à faire preuve de davantage de transparence dans leur critique du projet de loi 15.

2

La confiance envers le lobbyisme au Québec est également en hausse par rapport à 2023. Cette année, le public associe davantage le lobbyisme à la « fiabilité ». Cependant, le niveau de confiance global envers le lobbyisme demeure négatif (-39).

3

En matière d'associations spontanées, Lobbyisme Québec est davantage associé à la description « Assure le respect des règles, de la réglementation et des lois » que lors de la vague de 2023.

Perceptions du lobbyisme au Québec

Lobbyisme au Québec : Connaissance (total pour le Québec)

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

Avant de répondre au sondage, les participants ont reçu l'information suivante :

Le lobbyisme est le fait de communiquer verbalement ou par écrit avec un décideur public (élu ou fonctionnaire) au nom d'un client, d'une entreprise ou d'une organisation dans le but d'influencer une décision publique.

	Connaissance du lobbyisme au Québec	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 436	n=1 291
Extrêmement familier(-ière)	2 %	2 %
Très familier(-ière)	7 %	9 % ↑
Assez familier(-ière)	26 %	29 %
Quelque peu familier(-ière)	39 %	38 %
Pas du tout familier(-ière)	26 %	22 %
Connaissance	74 %	78 % ↑

Lobbyisme au Québec : Confiance

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Confiance envers le lobbyisme au Québec	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003
Confiance	8 %	11 % ↑
Neutralité	36 %	38 %
Méfiance	55 %	51 % ↓
COTE DE CONFIANCE GLOBALE	-47	-39 ↑

Lobbyisme au Québec : Mobilisation

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Mobilisation	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003
Partisans	7 %	8 %
Neutralité	43 %	44 %
Détracteurs	50 %	48 %
COTE DE MOBILISATION	-43	-40

Lobbyisme au Québec : Opinion favorable

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Opinion favorable	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003
Favorable	8 %	8 %
Neutralité	31 %	33 %
Défavorable	61 %	59 %
OPINION FAVORABLE NETTE	-53	-51

Lobbyisme au Québec : Dimensions de la confiance

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

- Capacité = est un moyen efficace d'influencer les décisions publiques
- Raison d'être = a un impact positif sur la société
- Fiabilité = compte des intervenants qui font ce qu'ils disent qu'ils feront
- Intégrité = est exercé de manière honnête
- Adéquation = correspond à qui je suis en tant que personne

	En accord <i>6-7 sur une échelle de 7 points</i>		En désaccord <i>1-3 sur une échelle de 7 points</i>	
	2023	2024	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003
Capacité	37 %	37 %	18 %	18 %
Raison d'être	6 %	7 %	53 %	50 %
Fiabilité	5 %	9 % ↑	45 %	44 %
Intégrité	7 %	7 %	62 %	58 %
Adéquation	6 %	6 %	61 %	57 %

Lobbyisme au Québec : Association aux principaux moteurs de la confiance

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	En accord 6-7 sur une échelle de 7 points		En désaccord 1-3 sur une échelle de 7 points		Accord NET En accord moins en désaccord	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003
Est une pratique que je soutiendrais	7 %	7 %	55 %	53 %	-48 %	-47 %
Se fait de manière éthique	5 %	6 %	60 %	59 %	-55 %	-52 %
Est bénéfique pour la société	7 %	7 %	52 %	47 % ↓	-45 %	-40 %
Se fait de manière transparente	5 %	5 %	69 %	66 %	-64 %	-61 %
Tient compte de l'intérêt public	6 %	6 %	62 %	60 %	-57 %	-54 %
Est encadré de manière efficace pour améliorer ses pratiques	7 %	6 %	53 %	53 %	-46 %	-47 %
Est une pratique qui évolue et s'améliore pour éviter de reproduire des erreurs du passé	8 %	9 %	46 %	44 %	-38 %	-36 %
Est exercé de manière cohérente	7 %	7 %	46 %	45 %	-40 %	-38 %
Est nécessaire à l'échange d'idées au sein de notre démocratie	15 %	15 %	40 %	39 %	-24 %	-25 %
Implique des décideurs publics compétents qui s'assurent que leurs échanges avec les lobbyistes sont transparents	7 %	7 %	56 %	57 %	-49 %	-50 %

Acteurs du lobbying : Confiance

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Entreprises et organisations qui engagent des lobbyistes		Lobbyistes		Décideurs publics		Médias		Organismes de réglementation	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003
Confiance	5 %	6 %	5 %	6 %	10 %	9 %	19 %	20 %	17 %	18 %
Neutralité	25 %	27 %	28 %	27 %	34 %	33 %	38 %	38 %	43 %	43 %
Méfiance	70 %	67 %	67 %	67 %	56 %	58 %	43 %	42 %	40 %	39 %
Confiance NETTE	-64	-61	-62	-62	-47	-49	-23	-23	-22	-22

Efficacité du lobbying : Perception positive ou négative (chez les répondants qui estiment que le lobbying au Québec est efficace)

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Perception de l'efficacité du lobbying (positive ou négative)	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=601	n=558
Majoritairement positive, ce qui signifie que le lobbying a des effets positifs	8 %	9 %
Principalement négative, ce qui signifie que le lobbying a des effets négatifs	47 %	46 %
Également positive et négative	36 %	37 %
Je n'en sais pas assez pour me prononcer	9 %	7 %

Perceptions de la pratique transparente et éthique du lobbyisme au Québec

Pratique transparente et éthique du lobbyisme au Québec : Connaissance de la réglementation

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Connaissance de la réglementation qui encadre la pratique transparente et éthique du lobbyisme au Québec	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003
Très bonne connaissance	1 %	0 %
Bonne connaissance	2 %	3 %
Connaissance moyenne	11 %	13 %
Faible connaissance	40 %	45 %
Aucune connaissance	46 %	40 % ↓
Connaissance	54 %	60 % ↑

Pratique transparente et éthique du lobbyisme au Québec : Confiance

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Confiance envers l'exercice éthique et transparent du lobbyisme (Indice)	
	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003
Confiance	6 %	6 %
Neutralité	31 %	28 %
Méfiance	64 %	66 %
Indice de confiance	-58	-60

Perceptions de Lobbyisme Québec

Lobbyisme Québec / Commissaire au lobbyisme du Québec et Carrefour Lobby Québec / Registre des lobbyistes : Notoriété des organismes

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

	Connaissance de Lobbyisme Québec / du commissaire au lobbyisme du Québec		Connaissance de Carrefour Lobby Québec / du Registre des lobbyistes	
	2023	2024	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=1 040	n=1 003	n=1 040	n=1 003
Très bonne connaissance	1 %	0 %	1 %	0 %
Bonne connaissance	1 %	2 %	1 %	2 %
Connaissance moyenne	7 %	7 %	5 %	6 %
Faible connaissance	25 %	30 %	21 %	22 %
Aucune connaissance	65 %	61 %	72 %	69 %
Connaissance	35 %	39 %	28 %	31 %

Description de Lobbyisme Québec offerte par les répondants familiers avec le lobbyisme au Québec et Lobbyisme Québec [réponse ouverte]

↑ = hausse considérable par rapport à 2023
 ↓ = baisse considérable par rapport à 2023

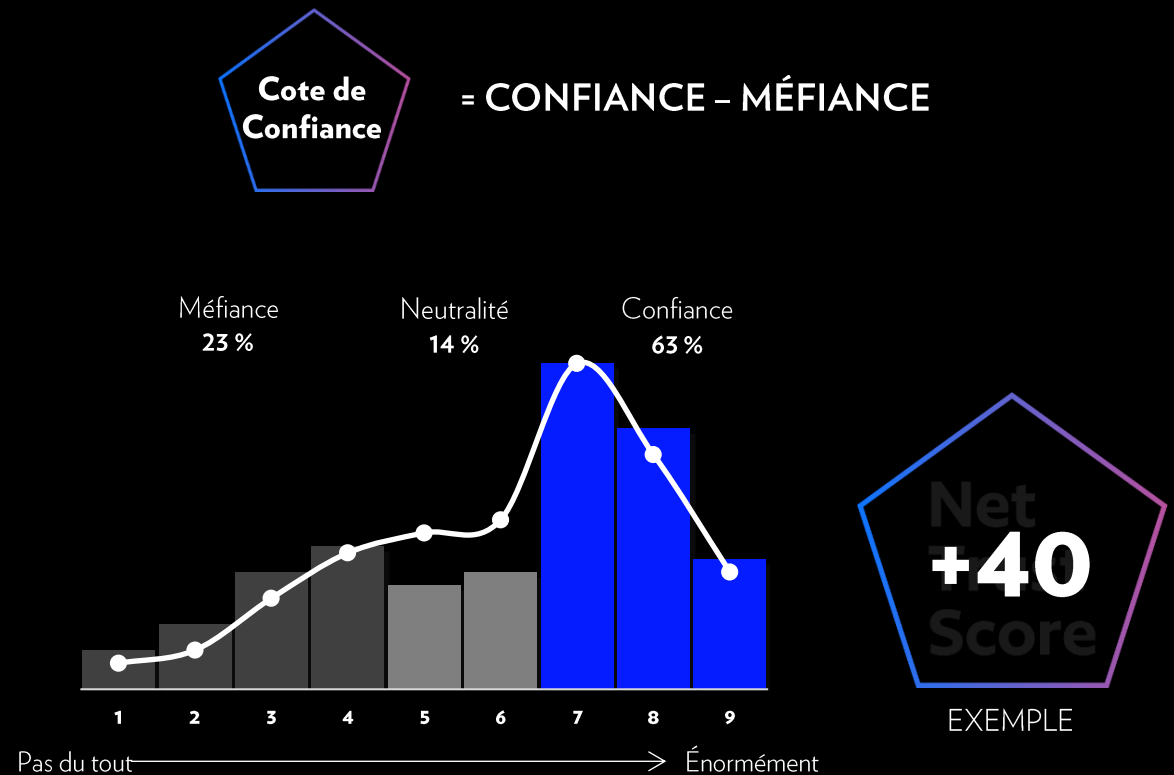
	Description des répondants familiers avec le lobbyisme au Québec		Description des répondants familiers avec Lobbyisme Québec	
	2023	2024	2023	2024
Taille de l'échantillon :	n=231	n=271	n=96	n=92
Assure une surveillance et une supervision du travail des lobbyistes	18 %	12 %	9 %	10 %
Assure le respect des règles, de la réglementation et des lois	15 %	25 % ↑	16 %	32 % ↑
Contrôle l'inscription au registre des lobbyistes	14 %	11 %	11 %	12 %
Surveille le respect des pratiques et des normes, l'éthique et l'intégrité	10 %	12 %	11 %	16 %
Assure la transparence	8 %	7 %	7 %	10 %
Enquête sur les groupes de pression, les organismes de surveillance et les médiateurs	8 %	4 %	13 %	4 % ↓
Surveille le lobbyisme d'entreprise	6 %	7 %	6 %	8 %
Informe le public et les médias	3 %	5 %	4 %	3 %
Ne sait rien ou en sait très peu	23 %	11 % ↓	22 %	5 % ↓



COMPRENDRE LA COTE DE CONFIANCE GLOBALE D'EDELMAN

UN INDICATEUR UNIQUE POUR MESURER LA CONFIANCE

Pour mesurer et gérer la confiance du public, nous utilisons une mesure unique et globale de la confiance individuelle, qui s'applique à l'ensemble des types d'entreprises ou d'organisations, des marchés et des publics.



Mesurer la confiance

La confiance est un phénomène complexe.

Elle influence le rapport d'une personne à une organisation. Les principaux indices de la confiance ont une incidence sur l'ensemble du modèle d'affaires multilatéral, et jouent sur l'efficacité des activités de marketing et de communications.

Forte de plus de deux décennies de recherches et d'analyses sur le sujet, Edelman a ciblé cinq dimensions qui façonnent la confiance du public :

Capacité	Faire preuve de compétence (Est un moyen efficace d'influencer les décisions publiques)*
Fiabilité	Tenir ses promesses (Compte des intervenants qui font ce qu'ils disent qu'ils feront)*
Intégrité	Agir avec honnêteté
Raison d'être	Tenter d'avoir un impact positif sur la société
Adéquation	Correspondre à mes valeurs personnelles

*Indique la formulation sur mesure utilisée dans le cadre de l'étude.

EDELMAN DXI / © 2023

