



## Volatilité élevée chez les électeurs

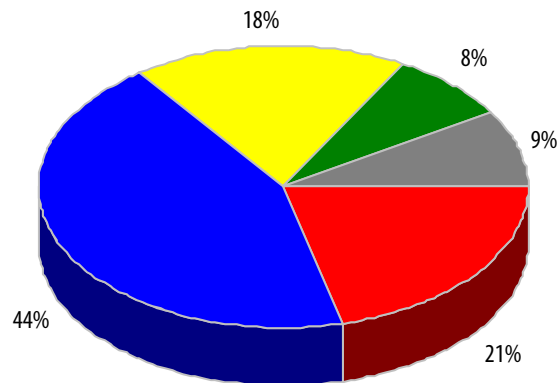


### Méthodologie

Dans le cadre d'un sondage téléphonique par échantillons aléatoires réalisé du 20 au 22 septembre 2008, la firme Nanos Research a sondé 1 202 Canadiens âgés de 18 ans et plus. La marge d'erreur d'un sondage téléphonique par échantillons aléatoires mené auprès de 1 200 Canadiens est de plus ou moins 2,8 %, 19 fois sur 20. La marge d'erreur pour les échantillonnages associés aux sous-groupes est plus élevée. Il importe de noter que les résultats ont été pondérés selon l'âge et le sexe des répondants conformément aux données canadiennes de recensement. Les résultats devraient être considérés comme représentatifs de la population du Canada. Les chiffres étant arrondis, les pourcentages peuvent ne pas faire un total de 100 %.

Ce projet de recherche a été enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing dont Nanos est membre.

**QUESTION:** J'aimerais profiter de cette occasion pour vous demander votre opinion sur l'impact, s'il y a lieu, qu'a eu la campagne électorale sur votre intention de vote. En tenant compte des performances des campagnes électorales des partis fédéraux, quelle citation parmi les suivantes reflète le mieux votre point de vue [rotation]?



- J'ai changé mon opinion sur le parti pour lequel je vais voter
- Je n'ai pas changé mon opinion sur le parti pour lequel je vais voter
- Je comptais voter pour un parti en particulier mais je suis maintenant indécis par rapport au parti pour lequel je vais voter
- Je suis indécis par rapport à mon intention de vote depuis le début de la campagne
- Incertain

Grouper (la Marge de précision)	J'ai changé mon opinion sur le parti pour lequel je vais voter	Je n'ai pas changé mon opinion sur le parti pour lequel je vais voter	Je comptais voter pour un parti en particulier mais je suis maintenant indécis par rapport au parti pour lequel je vais voter	Je suis indécis par rapport à mon intention de vote depuis le début de la campagne	Incertain
	%	%	%	%	%
<b>Canada</b> (±2.8%)	21	44	18	8	9
<b>Canada Atlantique</b> (±9.0%)	28	37	23	5	7
<b>Québec</b> (±5.7%)	14	44	14	22	7
<b>Ontario</b> (±5.2%)	19	45	21	4	11
<b>Ouest canadien</b> (±4.8%)	24	47	18	2	9
<b>le mâle</b> (±4.0%)	20	49	16	7	8
<b>la femelle</b> (±4.0%)	21	40	20	10	10
<b>Conservateurs</b> (±5.2%)	22	61	11	1	5
<b>Libéral</b> (±5.7%)	27	50	15	2	7
<b>NPD</b> (±7.7%)	30	45	17	4	4
<b>Bloc</b> (±12.2%)	13	58	12	11	6
<b>Vert</b> (±11.6%)	27	43	20	2	8

\* À noter : les pourcentages pourraient ne pas donner un total de 100 à cause des chiffres arrondis

Les médias sont priés d'adresser leurs demandes à Nik Nanos : [nnanos@nanosresearch.com](mailto:nnanos@nanosresearch.com) ou (613) 234-4666 ext 237. Pour recevoir des mises à jour en temps réel par courrier électronique, veuillez consulter le site Internet de Nanos pour vous inscrire.



## Lorsque vous pensez à Nanos - pensez qualité, service et expertise.



Fondée en 1987, Nanos Research est une des principales firmes de recherche d'opinion publique et d'étude de marché en Amérique du Nord. Les décideurs d'entreprises peuvent compter sur la qualité des données stratégiques que nous recueillons.



Quel que soit votre projet, que ce soit pour développer vos activités, sonder vos employés ou piloter un dossier complexe, vous pouvez compter sur Nanos comme partenaire de confiance.



### Capacités

Nanos détient les capacités nécessaires pour mener à bien tout type de projet. Notre organisation compte des bureaux à Ottawa, Toronto, Montréal, Vancouver, Halifax et Calgary.

- Sondages téléphoniques
- Sondages en ligne
- Client mystère
- Recherche qualitative (groupes de discussion/entrevues en profondeur)
- Scrutin délibératif et dialogue en ligne
- Consultation en gestion et conseils stratégiques

### Nos réalisations

En tant que firme de recherche plein services, Nanos peut proposer les bons outils à chaque projet de recherche afin d'en garantir le succès. La liste de projets ci-dessous illustre bien le vaste éventail de compétences de Nanos.

En préparation à d'importantes **négociations syndicales**, une grande entreprise ayant des actifs de plusieurs milliards de dollars s'est tournée vers Nanos pour mener une recherche et être conseillée sur sa réputation et son positionnement.

Nanos a contribué à l'**expansion** d'un des plus importants détaillants d'Amérique du Nord. Nanos a mené une étude de marché qui a aidé le détaillant à accroître sa part de marché et à se hisser au premier rang de sa catégorie, passant de 40 à 220 magasins.

Un groupe d'intérêt d'envergure mondiale a choisi Nanos pour **repositionner une grande campagne internationale** dans le but d'accroître le soutien à sa cause et d'influencer les décideurs.

Dans le cadre de son processus de renouvellement stratégique, un ministère fédéral a retenu les services de Nanos afin de **recenser les initiatives stratégiques** menées à travers le monde.

Une grande association industrielle a eu recours à Nanos pour effectuer des recherches, tester son **matériel créatif** et lui offrir des conseils liés à son image et aux initiatives gouvernementales qui influencent ses membres.

Nanos a mené des projets de recherche sur de grandes marques ainsi que des analyses spécialisées dans le cadre de nombreux **litiges liés à des marques de commerce**.

Nanos a développé un cadre de **mesure du rendement** en matière de prestation de services pour un ministère fédéral.

Faisant l'objet d'une couverture médiatique négative, un groupe d'intérêt s'est tourné vers Nanos pour sonder ses donateurs, ses membres ainsi que le grand public afin de gérer sa réputation et concevoir une **campagne de communication**.

Lors des élections fédérales nationales de 2004 et 2006, Nanos a dirigé un **projet de surveillance quotidienne**, conjointement avec la CPAC, la Chaîne d'affaires publiques par câble. Pour ces deux élections, Nanos a été l'entreprise qui a réussi à prédire l'issue du vote avec le plus de précision.



## Une ressource de confiance

Notre équipe est dirigée par Nik Nanos, un leader dans l'industrie de la recherche d'opinion publique et des études de marché, reconnu pour la qualité de son travail, le caractère judicieux de ses conseils et son intégrité professionnelle. Les médias font régulièrement appel à M. Nanos et à Nanos pour sonder l'opinion publique et analyser des dossiers complexes.



## Le Groupe Nanos

Notre groupe de compagnies forme une équipe nationale de professionnels de la recherche partageant le même engagement à l'égard de la qualité : qualité de la recherche, qualité du service et résultats supérieurs pour nos clients.



### Ottawa

Nik Nanos, CMRP  
Président, Nanos Research  
(613) 234-4666 poste 237  
[nnanos@nanosresearch.com](mailto:nnanos@nanosresearch.com)

### Toronto

John Nanos  
Vice-président principal, Nanos Research  
(416) 493-1965 poste 223  
[jnanos@nanosresearch.com](mailto:jnanos@nanosresearch.com)

### Montréal

Carl Aubé  
Président, MBA Recherche  
(514) 284-9644 poste 222  
[caube@mbarecherche.com](mailto:caube@mbarecherche.com)

### Halifax

Len Preeper  
Président, Thinkwell Research  
(902) 830-2119  
[len@thinkwellresearch.ca](mailto:len@thinkwellresearch.ca)

### Vancouver

Barb Justason, CMRP  
Président, Justason Market Intelligence  
(604) 783-4165  
[barb@justasonmi.com](mailto:barb@justasonmi.com)

### Calgary

Brian Singh  
Président, Zinc Research  
(403) 269-7526  
[brian@zincresearch.com](mailto:brian@zincresearch.com)

# Une expertise

## digne de confiance