



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Sondage exclusif Léger Marketing

Plus de 81 % des Québécois souhaitent que l'on mette en place rapidement des projets de PPP

Une augmentation significative en deux ans

Montréal, le 20 novembre 2007 – Plus de 81 % des Québécois sont d'avis que le Québec devrait procéder rapidement à la mise en œuvre de PPP selon un sondage exclusif Léger Marketing. Ce pourcentage était de 75 % en 2005. C'est d'autant plus notable que, contrairement en 2005, les PPP ne sont plus qu'un concept au Québec, mais une réalité en cours (conclusion du PPP pour le parachèvement de l'autoroute 25) ou en processus d'octroi (CHUM, CUSM, centres d'hébergement de la Rive-Sud, salle de spectacle de l'OSM, haltes routières, etc.).

Ce sondage, commandé par l'Institut pour le partenariat public-privé (IPPP) fait suite à un premier que l'IPPP avait commandé à Léger Marketing en 2005. Le croisement des données des deux sondages a permis le développement d'un outil baromètre unique. Celui-ci permet de suivre les tendances en PPP au Québec. « *Ce sondage lève le voile sur le fait que les Québécois sont réellement ouverts à l'égard des PPP. Je crois qu'il est clair que le Québec, de l'avis même de ses citoyens, est maintenant rendu à l'étape d'accorder une plus grande place aux PPP, et à développer de nouveaux secteurs, et ce, pour offrir de meilleurs services aux citoyens. Je suis heureuse que le sondage baromètre de l'IPPP puisse le démontrer de façon quantifiée donc crédible et objective* », de déclarer la présidente de l'IPPP, Johanne Mullen.

Perception négative des services offerts par l'État et recours aux PPP

Le sondage a démontré que certains services offerts par l'État n'obtiennent même pas la note de passage de 6/10 quant à la satisfaction des contribuables notamment les infrastructures de transport, l'entretien des immeubles et installations publiques, les services auxiliaires dans le milieu de la santé ainsi que les soins de santé. Tel que noté par les participants au sondage, les PPP permettraient d'accélérer le développement et le renouvellement des infrastructures dans ces secteurs et d'améliorer la qualité de la prestation de services.

D'autant plus que certains de ces secteurs font partie des secteurs où les Québécois sont favorables à une plus grande implication du privé ou des PPP, soit :

- les services auxiliaires dans le milieu de la santé (tests de laboratoires, buanderie, cafétéria) – 68 %
- l'entretien des immeubles et installations publiques (hôpitaux, centre d'accueil, écoles, centres correctionnels – 66 %
- les infrastructures de transport (ponts, autoroutes, rues, trottoirs) – 59 %

Par ailleurs, il est intéressant de constater qu'environ trois répondants sur quatre (74 %) sont d'avis que le recours aux PPP dans la livraison des services cliniques aux patients améliorerait l'accessibilité de ces services au Québec.

Il est aussi significatif de découvrir que près de 73 % des répondants sont d'accord pour dire que les PPP permettent de trouver plus rapidement que l'administration publique des solutions adaptées aux problèmes actuels et à l'évolution des services.

Méthodologie du sondage

Les entrevues téléphoniques ont été réalisées du 24 au 30 octobre 2007 auprès d'un échantillon aléatoire de 1 000 répondants, âgés de 18 ans ou plus, pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Les résultats sont pondérés selon les régions, l'âge, la langue maternelle et le sexe. La marge d'erreur maximale de $\pm 3,1$ %, 19 fois sur 20.

L'Institut

L'IPPP est un organisme sans but lucratif, dont les membres proviennent tant du secteur public que du secteur privé. L'IPPP fait la promotion des PPP comme une alternative à considérer pour moderniser le Québec et les services aux citoyens. L'Institut est un organisme indépendant qui encourage le dialogue et exclut la privatisation de sa définition d'un PPP. L'IPPP se veut la source de renseignement la plus objective au Québec en matière de partenariat public-privé. En tant que chef de file dans ce domaine, son objectif est d'être un rassembleur et un facilitateur afin de permettre l'échange des connaissances et des expériences. Ses actions ont pour but de faire avancer la réflexion sur les bonnes pratiques en PPP *au Québec*

D'ailleurs, le dévoilement des résultats de ce sondage s'inscrivait dans le cadre d'un événement que l'Institut a tenu ce matin, la *Matinée Perspectives*. Cette rencontre, se voulait un lieu d'échange et de débat afin de faire avancer la réflexion sur les bonnes pratiques en matière de partenariats public-privé au Québec que ce soit au niveau des projets en cours, du secteur municipal que des secteurs à cibler.

- 30 -

Source : *Institut pour le partenariat public-privé*

Information : *Julie Villeneuve*
Groupe 2000 neuf, communication stratégique
514 868-2009, poste 34 ou 514 240-6754



FICHE TECHNIQUE *Pour diffusion immédiate*

Faits saillants du sondage baromètre de l'IPPP

Connaissance et perception de la population québécoise au sujet des services et des partenariats public-privé

La grande majorité (81%) des personnes interrogées **souhaitent que l'on mette en place rapidement des projets de PPP dans certains domaines**. Cette proportion est encore plus élevée qu'en 2005, où elle était de 75%.

De manière générale, les Québécois interrogés se sont montrés **plus ou moins satisfaits des services publics**. En moyenne, ils ont attribué des notes variant entre 4,2 et 6,5 sur 10 aux services publics qu'on leur demandait d'évaluer. Certains services n'obtiennent même pas la note de passage de 6/10 quant à la satisfaction des citoyens :

- les services auxiliaires dans le milieu de la santé (tests de laboratoires, buanderie, cafétéria) – 5,9;
- les soins de santé – 5,4
- l'entretien des immeubles et installations publiques (hôpitaux, centre d'accueil, écoles, centres correctionnels) – 5,3; et
- les infrastructures de transport (ponts, autoroutes, rues, trottoirs) – 4,2.

Dans certains secteurs particuliers, la **prestation par le privé ou en mode PPP comparativement à une prestation par le public** seulement récolte la préférence des répondants selon un pourcentage élevé : les services auxiliaires dans le milieu de la santé (tests de laboratoires, buanderie, cafétéria) – 68 %;

- l'entretien des immeubles et installations publiques (hôpitaux, centre d'accueil, écoles, centres correctionnels) – 66 %;
- les infrastructures de transport (ponts, autoroutes, rues, trottoirs) – 59 %.

Environ trois répondants sur quatre (74 %) sont d'avis que **le recours aux PPP dans la livraison des services cliniques aux patients améliorerait l'accessibilité de ces services au Québec**.

Près de 73 % des répondants sont d'accord pour dire que **les PPP permettent de trouver plus rapidement que l'administration publique des solutions adaptées aux problèmes actuels et à l'évolution des services**.

Méthodologie et objectifs

L'institut pour le partenariat public-privé (IPPP) a mandaté Léger Marketing pour mener une étude visant à connaître les impressions de la population québécoise au sujet des services publics et des partenariats public-privé (PPP).

Pour ce faire, Léger Marketing a réalisé des entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1000 Québécoises et Québécois 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 notre central téléphonique de Montréal du 24 au 30 octobre 2007. À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon les régions, le sexe, l'âge et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population adulte du Québec.

Enfin, nous obtenons avec les 1000 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de $\pm 3,1\%$, et ce, 19 fois sur 20.

Les résultats obtenus dans cette recherche ont été comparés à ceux obtenus lors d'un sondage similaire mené en 2005 par Léger Marketing pour l'IPPP.

- 30 -

Note : Pour obtenir tous les résultats, veuillez consulter la présentation *PowerPoint* de Léger Marketing présentée lors de la conférence de presse de l'IPPP du 20 novembre 2007 et disponible au www.ippp.org/

Source : Institut pour le partenariat public-privé
Léger Marketing

Information : Julie Villeneuve
Groupe 2000 neuf, communication stratégique
514 868-2009, poste 34 ou 514 240-6754