

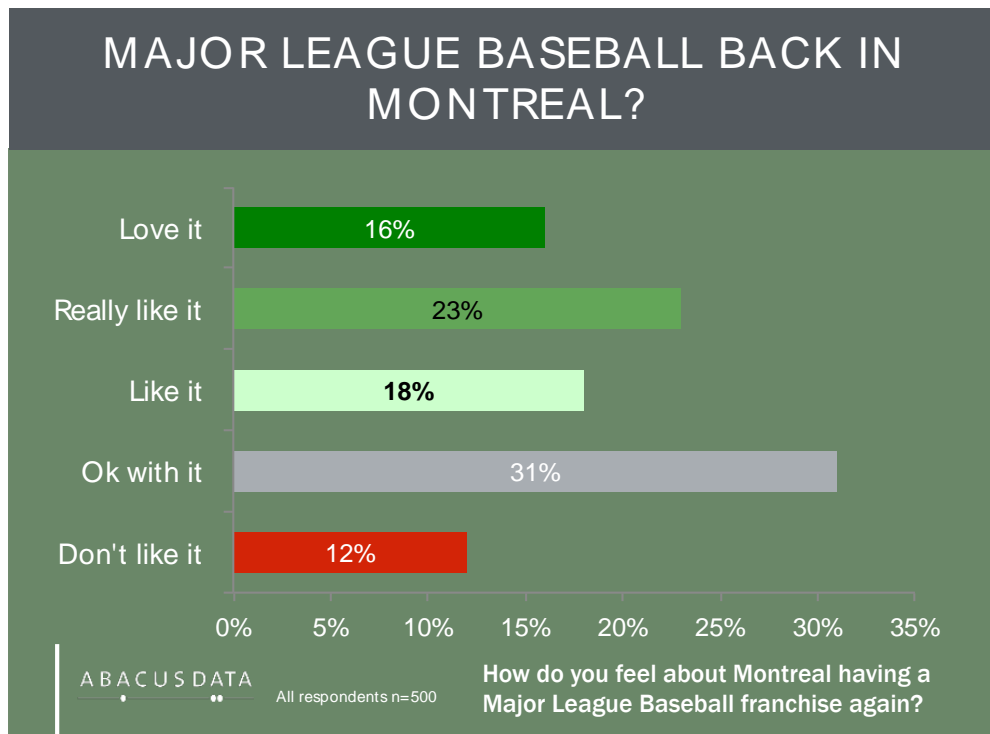
## Les Montréalais appuient les efforts du Maire Coderre dans le dossier du retour du baseball des ligues majeures

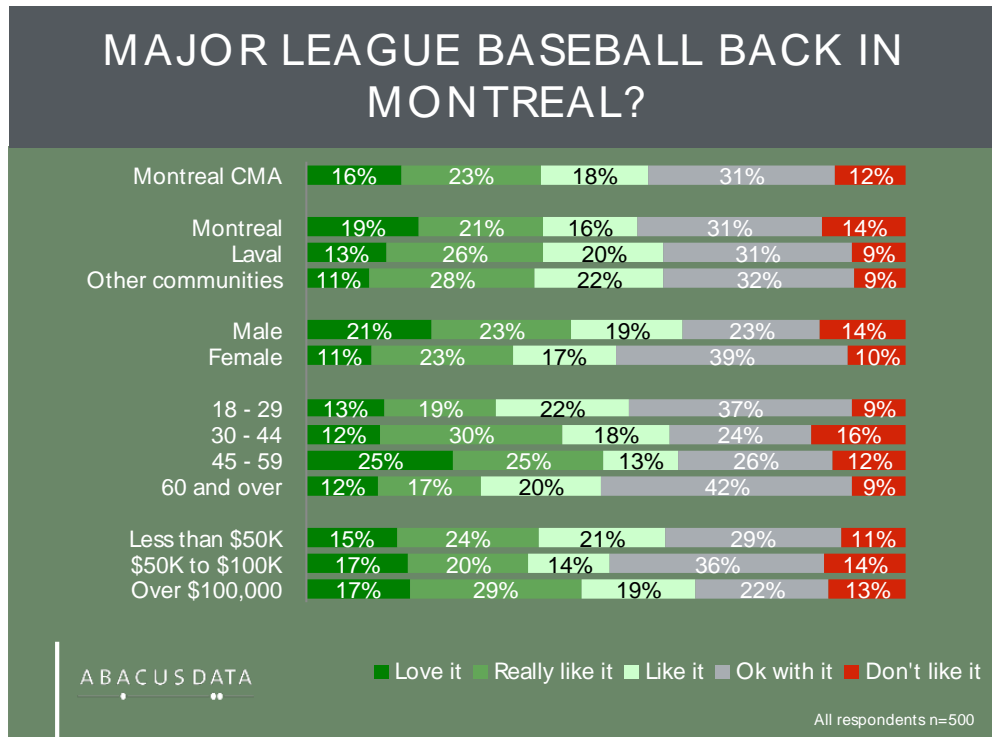
Préparé par Bruce Anderson et David Coletto

Pour obtenir des renseignements au sujet de nos services ou **demander une entrevue**, veuillez communiquer avec Bruce Anderson, [banderson@abacusdata.ca](mailto:banderson@abacusdata.ca), 613-882-0929, ou David Coletto, chef de la direction, [david@abacusdata.ca](mailto:david@abacusdata.ca), 613-232-2806.

Nous avons demandé à 500 résidents de la région métropolitaine de Montréal de nous dire ce qu'ils pensaient de l'idée de ramener une concession de la ligue de baseball majeur à Montréal. Voici nos constatations :

L'idée rallie énormément d'appuis, dont 16 % des répondants qui « débordent d'enthousiasme à l'idée », 23 % qui « aiment beaucoup l'idée », et 18 % qui « aiment l'idée ». 31 % pour cent des répondants ont indiqué que l'idée ne les dérangeait pas et seulement 12 % des répondants étaient contre l'idée. Le degré d'opposition dans tous les sous-groupes est minime et l'on note le niveau le plus élevé d'enthousiasme parmi les personnes âgées de 45 à 59 ans.





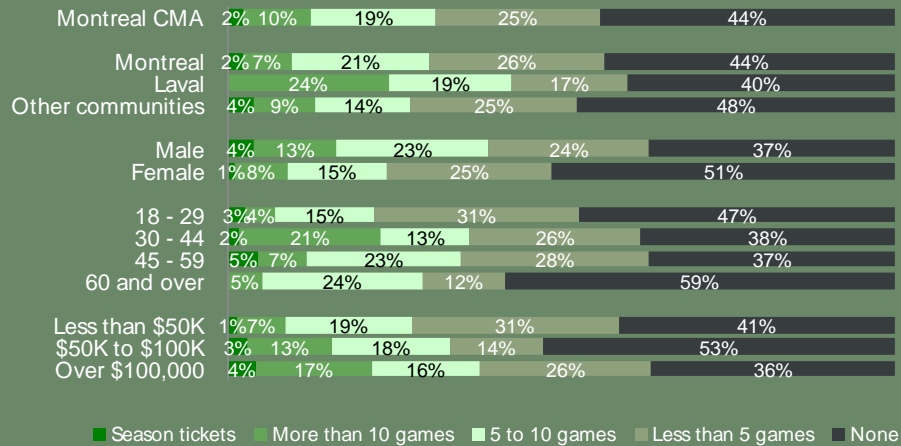
Les réponses à la question cherchant à savoir si les répondants seraient disposés à acheter des billets pour assister aux matchs indiquent un niveau d'intérêt généralement élevé. Deux pour cent des répondants ont indiqué qu'ils achèteraient des billets de saison (en partant de l'hypothèse selon laquelle la population adulte s'élève à 2,6 millions, une tranche de 2 % représente 52 000 personnes).

10 % (environ 260 000 personnes) ont indiqué qu'ils achèteraient des billets pour plus de 10 matchs.

19 % ont indiqué qu'ils achèteraient des billets pour 5 à 10 matchs. 25 % ont indiqué qu'ils achèteraient des billets pour moins de 5 matchs. Au total, 56 % des répondants ont indiqué qu'ils achèteraient des billets et 44 % ont indiqué qu'ils n'en achèteraient pas.

Cela donne à croire que le bassin d'acheteurs potentiels compterait 1 456 000 de personnes ce qui, selon le niveau d'intérêt exprimé, représenterait 12,5 millions de billets. Il est à noter que cela ne compte pas les billets vendus aux touristes venant des autres régions du Québec et ailleurs.

## HOW MANY TICKETS WOULD YOU BUY?



ABACUS DATA

If there was a major league baseball team in Montreal again, how many games would you buy tickets for?

## ESTIMATED TICKET SALES

Estimates based on survey responses of potential tickets sold (in games):

Ticket Type	Incidence	Estimated pool of purchasers	# of Games Purchased (Estimate)	# of Tickets
Seasons tickets	2%	52,000	81	5,022,000
More than 10 games	10%	260,000	12	3,120,000
5 to 10 games	19%	494,000	7.5	3,705,000
Less than 5 games	25%	650,000	1	650,000
<b>Total</b>	<b>56%</b>	<b>1,456,000</b>	<b>-</b>	<b>12,497,000</b>

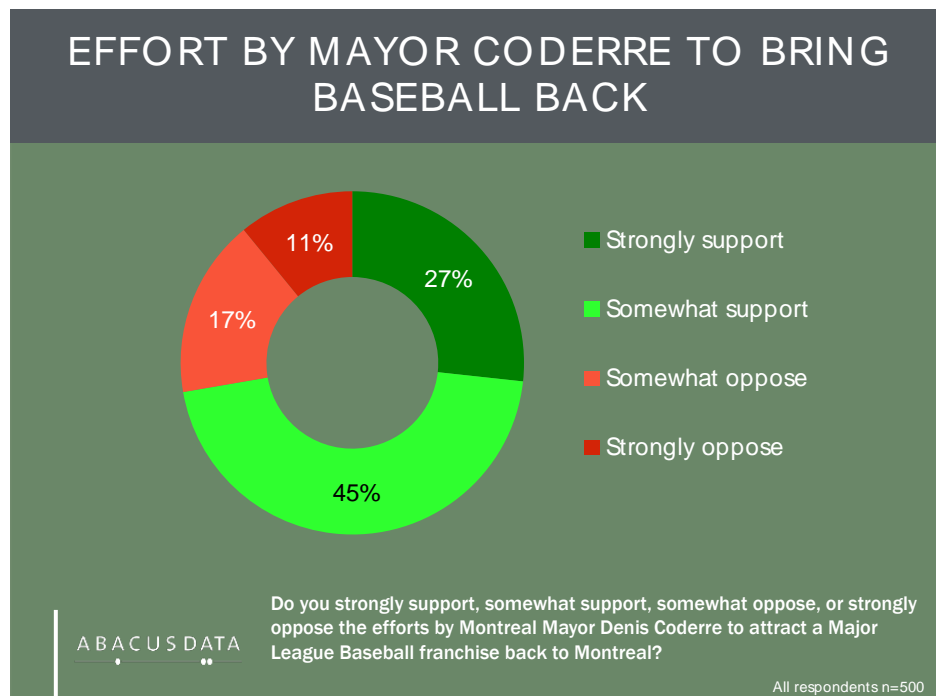
ABACUS DATA

Assumptions 81 home games per season  
Population of 2,600,000 in greater Montreal area over 18 years of age.

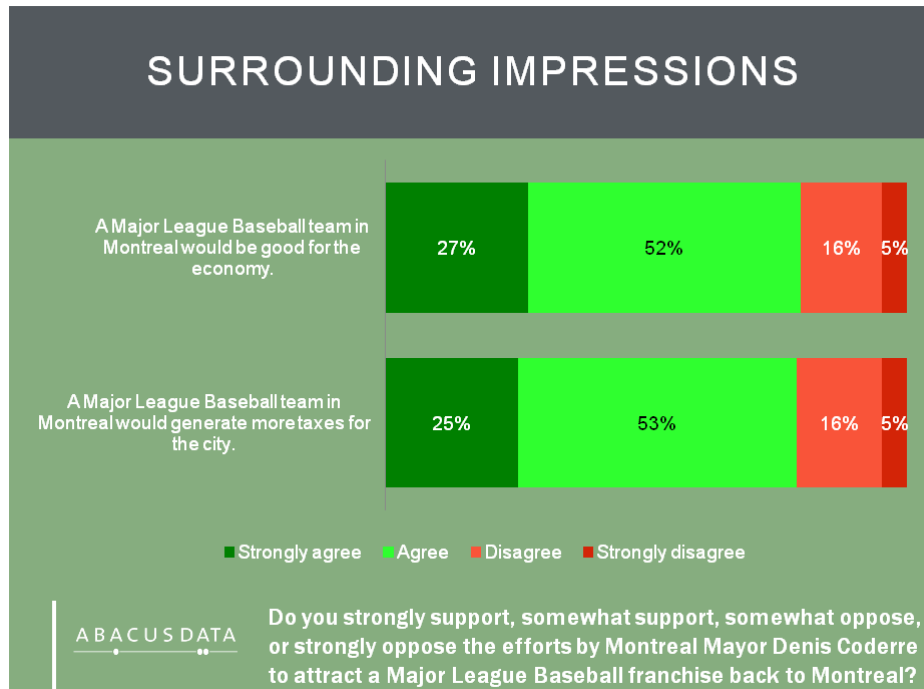
Bien entendu, ces estimations représentent des expressions de sentiments et non des engagements fermes. Néanmoins, pour mettre ces chiffres en contexte, notons que les LA Dodgers, l'équipe la plus populaire de la MLB, ont vendu 3 782 337 billets en 2014. En

revanche, les Tampa Bay Rays, l'équipe qui connaît depuis quelques années le plus faible taux d'assistance, ont vendu moins de 1,5 million de billets en 2014.

Finalement, qu'ils aient l'intention ou non d'assister aux matchs, la vaste majorité (72 %) des répondants appuient les efforts que déploie le Maire Denis Coderre pour attirer une concession de la ligue majeure de baseball à Montréal.



L'appui à l'idée d'une concession locale ne se fonde pas uniquement sur l'amour du baseball. 79 % des répondants croient que « la présence d'une équipe de baseball des ligues majeures à Montréal serait bien pour l'économie locale » et 78 % croient que cela « produirait davantage de revenus fiscaux pour la ville ».



### Que pouvons-nous en conclure ?

Autant les concessions de sport professionnel peuvent être des sujets controversés, autant l'idée de ramener le baseball professionnel à Montréal est un dossier gagnant sur le plan politique pour le Maire Coderre.

Plus de la moitié des résidents de la région se voient assister aux matchs et 8 répondants sur 10 croient que ce serait bien pour l'économie et pour l'assiette fiscale de la ville.

Selon Bruce Anderson, président d'Abacus :

« L'attrait du retour du baseball professionnel à Montréal ne s'explique pas uniquement par la mélancolie des anciens amateurs des Expos de Montréal qui déplorent toujours le départ de leur équipe. Bien qu'on ne puisse pas nier la complexité des questions économiques entourant le retour d'une concession et la question d'un nouveau stade, l'on ne peut pas non plus nier que la majorité des Montréalais sont en faveur de l'idée. Il est évident que l'enthousiasme l'emporte sur la méfiance pour ce qui est des retombées du projet pour la ville et ses amateurs de sport.

Les ventes de billets comptent pour environ la moitié des besoins en matière de recettes des concessions de sport professionnel et les ventes aux sociétés, la publicité, les droits de télédiffusion et les commandites comptent pour le reste. Ceci étant dit, le fait d'avoir une solide base d'amateurs s'avère un bon indicateur de revenus sains provenant de ces sources. »

### Méthodologie

Ce sondage a été réalisé en ligne du 18 au 25 juin 2015 auprès de 500 résidents de la région métropolitaine de recensement de Montréal âgés de 18 et plus.

Un échantillon aléatoire de participants a été invité à participer au sondage ; cet échantillonnage a été choisi parmi un vaste groupe représentatif de Canadiens recruté et géré par Research Now, un chef de file mondial dans la fourniture d'échantillons pour les études en ligne.

Les politiques de l'Association de recherche et d'intelligence marketing limitent les énoncés concernant les marges d'erreur d'échantillonnage pour la majorité des sondages en ligne. La marge d'erreur d'un échantillonnage de 500 personnes pour une enquête probabiliste semblable est de  $\pm 4,5 \%$ , 19 fois sur 20.

Les données ont été pondérées en fonction des données de recensement afin d'assurer que l'échantillonnage reflète la population de la RMR de Montréal quant à l'âge, le sexe, le niveau de scolarité et la sous-région. Les chiffres étant arrondis, les pourcentages peuvent ne pas faire un total de 100 %.

#### **Abacus Data inc.**

Abacus Data offre une capacité de recherche mondiale. Nous privilégions le service à la clientèle, la minutie et la fourniture d'observations judicieuses. Notre équipe allie l'expérience de notre président Bruce Anderson, chef de file du secteur canadien de la recherche depuis deux décennies, au dynamisme, à la créativité et à l'expertise en recherche de notre chef de la direction David Coletto, Ph. D. Pour de plus amples renseignements, consultez notre site Internet : [www.abacusdata.ca](http://www.abacusdata.ca).



ABACUS DATA

[abacusdata.ca](http://abacusdata.ca)