

Rapport

SONDAGE
HEBDOMADAIRE SUR LA
PANDÉMIE

PRÉSENTÉ PAR

Léger



A C S • A E C

Association for Canadian Studies • Association d'études canadiennes

Le 22 juin 2020

Léger



METHODOLOGIE



Sondage Web, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (CAWI).



du 19 au 21 Juin 2020



1 521 Canadiens et 1 002 Américains, âgé(e)s de 18 ou plus, recrutés aléatoirement à partir du panel en ligne de LEO.



À l'aide des données du recensement de 2016, les résultats ont été pondérés selon l'âge, le sexe, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation et la présence d'enfants dans le foyer afin de garantir un échantillon représentatif la population.



Une marge d'erreur ne peut pas être associée à un échantillon non probabiliste (Panel web dans ce cas-ci). À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de 1 521 répondants aurait une marge d'erreur de $\pm 2,51\%$ et ce, 19 fois sur 20, alors qu'un échantillon probabiliste de 1 002 aurait une marge d'erreur de $\pm 3,1\%$, 19 fois sur 20.

Les résultats présentés dans cette étude sont conformes aux standards en matière de recherche sur l'opinion publique et aux exigences de divulgation du CRIC.

Notes de lecture

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.

Dans ce rapport, les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

Si vous avez des questions relatives aux données présentées dans ce rapport, veuillez contacter Christian Bourque, Vice-président exécutif et associé à l'adresse courriel suivante : cbourque@leger360.com ou Jack Jedwab, Président & CEO de l'Association d'Études Canadiennes : jack.jedwab@acs-aec.ca

A blurred photograph of a conference stage. A speaker in a dark suit and blue tie is visible on the left, gesturing with his hands. The stage is lit with blue and white lights. In the foreground, the backs of several audience members' heads are visible, looking towards the stage. The overall atmosphere is professional and modern.

DANS L'ACTUALITÉ
COURSE AU LEADERSHIP CHEZ LES CONSERVATEURS

INTENTIONS DE VOTE - ÉLECTIONS FÉDÉRALES

CTC37. Si des élections FÉDÉRALES avaient lieu aujourd'hui, pour quel parti auriez-vous l'intention de voter? Serait-ce pour... Même si votre choix n'est pas encore fait, pour lequel des partis politiques suivants auriez-vous le plus tendance à voter? Serait-ce pour...

Base : Tous les répondants (n=1 521), À l'exception du Bloc Québécois; les Québécois seulement

INTENTIONS AVANT LA
CRISE DE LA COVID-19

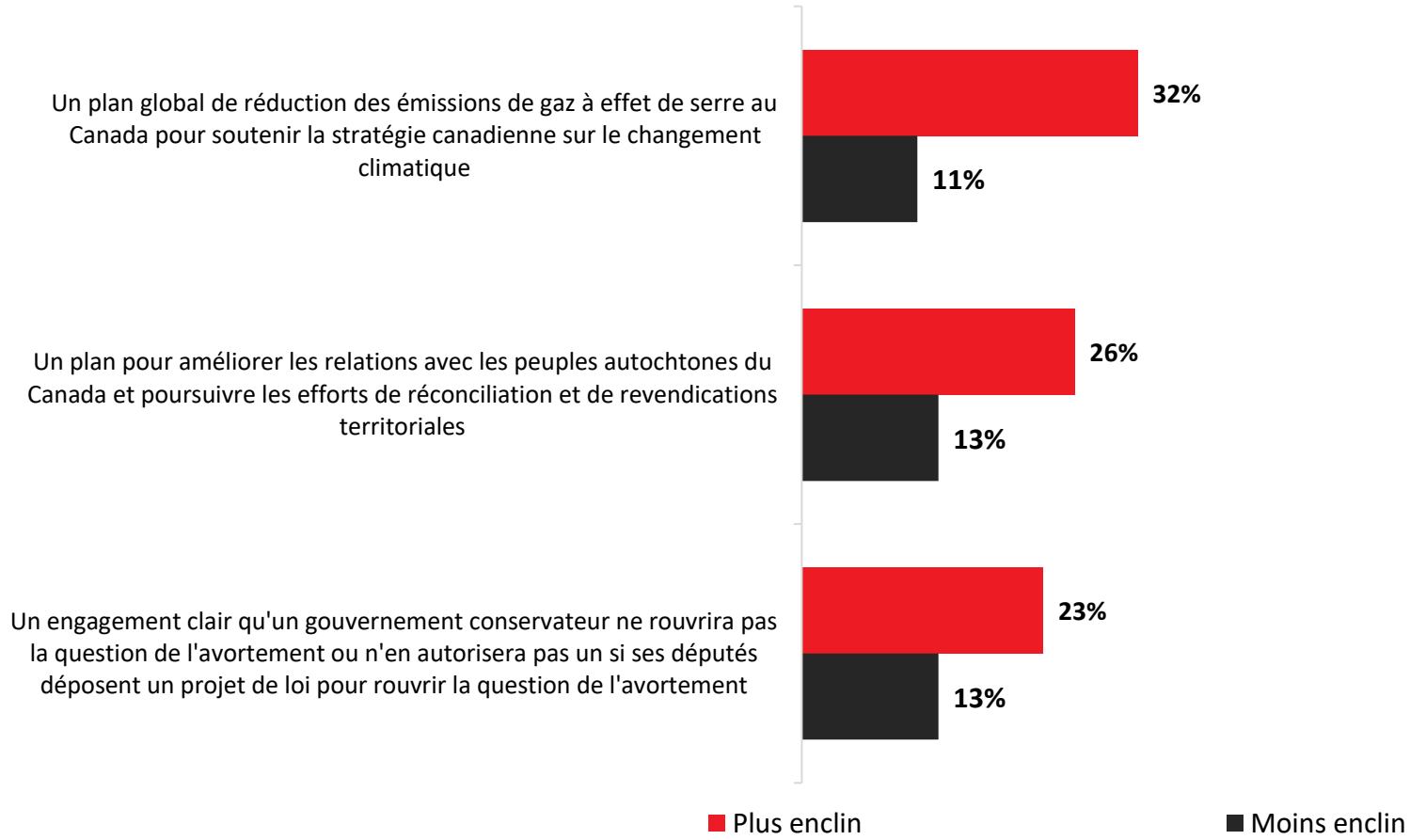


	TOTAL Canada	TOTAL Électeurs décidés	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	22 Janvier 2020	Variation
n pondéré =	1 521	1 239	79	278	482	86	143	171	631	607	329	409	500	1 289	
n absolu =	1 521	1 244	75	323	500	109	110	127	662	582	330	408	506	1 327	
... le Parti libéral du Canada	32%	39%	51%	39%	41%	30%	25%	43%	35%	43%	34%	41%	41%	31%	+8
... le Parti conservateur du Canada	23%	28%	24%	10%	32%	47%	45%	27%	34%	23%	24%	26%	33%	32%	-4
... le Nouveau Parti démocratique du Canada	15%	19%	14%	12%	20%	13%	26%	24%	18%	20%	29%	19%	11%	19%	-
... le Bloc Québécois	6%	7%	-	31%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8%	-1
... le Parti vert du Canada	4%	5%	10%	4%	5%	5%	1%	6%	5%	5%	7%	5%	3%	8%	-3
...un autre parti	2%	2%	0%	3%	3%	4%	3%	0%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	-
Je ne voterais pas	3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
J'annulerais mon vote	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ne sait pas	10%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Refus	3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

POSITIONS DU PARTI CONSERVATEUR

CTC139. Seriez-vous plus ou moins enclin à envisager de voter pour le Parti conservateur du Canada si son nouveau chef adoptait les positions politiques suivantes :

Base: Tous les répondants (n=1 521)



*Les résultats excluent les répondants qui ont répondu : « cela ne changerait pas mon support au parti » et « Ne sait pas / Préfère ne pas répondre »

POSITIONS DU PARTI CONSERVATEUR - Détails



CTC139. Seriez-vous plus ou moins enclin à envisager de voter pour le Parti conservateur du Canada si son nouveau chef adoptait les positions politiques suivantes :

Base: Tous les répondants(n=1 521)

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288

Un plan global de réduction des émissions de gaz à effet de serre au Canada pour soutenir la stratégie canadienne sur le changement climatique

Plus enclin	32%	27%	33%	29%	34%	39%	31%	45%	27%	27%	31%	34%	28%
Moins enclin	11%	8%	8%	13%	10%	14%	9%	11%	10%	11%	11%	11%	10%

Un plan pour améliorer les relations avec les peuples autochtones du Canada et poursuivre les efforts de réconciliation et de revendications territoriales

Plus enclin	26%	26%	24%	27%	24%	31%	25%	35%	23%	23%	27%	26%	26%
Moins enclin	13%	11%	12%	12%	17%	12%	17%	15%	11%	12%	12%	14%	9%

Un engagement clair qu'un gouvernement conservateur ne rouvrira pas la question de l'avortement ou n'en autorisera pas un si ses députés déposent un projet de loi pour rouvrir la question de l'avortement

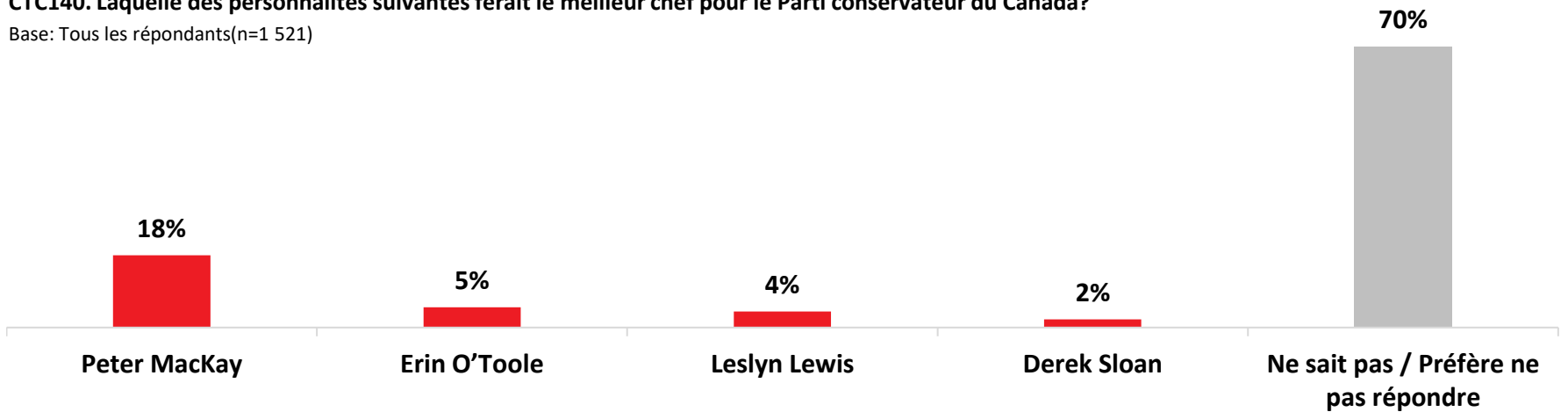
Plus enclin	23%	19%	21%	24%	28%	23%	21%	27%	21%	21%	21%	26%	21%
Moins enclin	13%	10%	13%	14%	11%	15%	12%	16%	12%	11%	13%	14%	10%

*Les résultats excluent les répondants qui ont répondu : « cela ne changerait pas mon support au parti » et « Ne sait pas / Préfère ne pas répondre »

MEILLEUR CHEF POUR LE PARTI CONSERVATEUR

CTC140. Laquelle des personnalités suivantes ferait le meilleur chef pour le Parti conservateur du Canada?

Base: Tous les répondants(n=1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
Peter MacKay	18%	24%	16%	16%	22%	24%	18%	10%	18%	24%	17%	21%	18%
Erin O'Toole	5%	5%	6%	6%	4%	5%	3%	3%	4%	8%	4%	6%	5%
Leslyn Lewis	4%	8%	1%	6%	5%	6%	3%	4%	5%	4%	4%	5%	5%
Derek Sloan	2%	0%	0%	2%	2%	4%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	70%	63%	76%	70%	67%	60%	73%	79%	72%	62%	73%	66%	72%

– Selon les intentions de vote

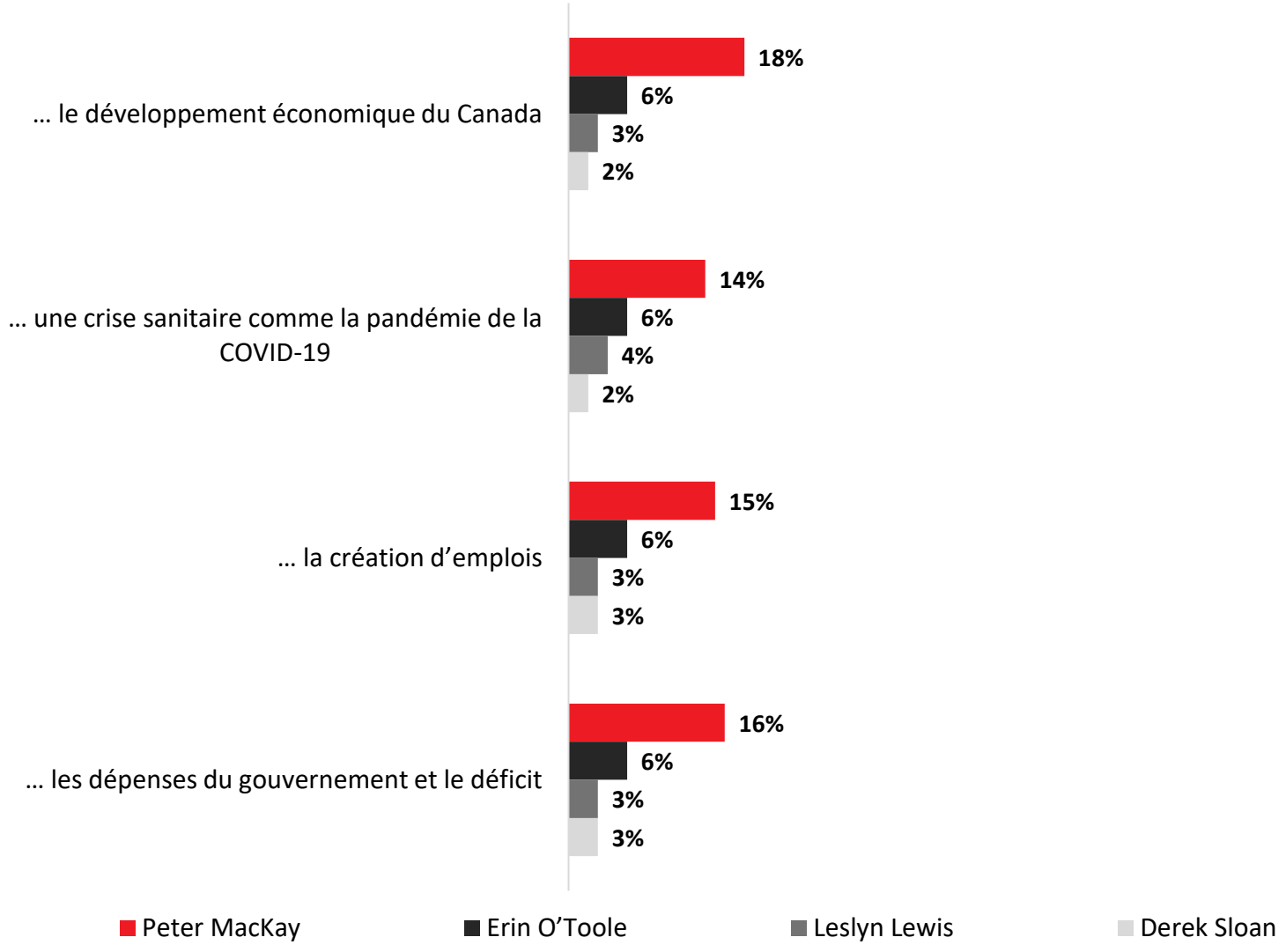
	TOTAL CANADA	PLC	NPD	BQ	PCC	PVC	Autres
n pondéré =	1 521	483	231	86	351	58	29
n absolu =	1 521	493	211	111	345	62	22*
Peter MacKay	18%	19%	13%	16%	30%	11%	18%
Erin O'Toole	5%	3%	5%	10%	10%	10%	10%
Leslyn Lewis	4%	3%	6%	0%	8%	3%	11%
Derek Sloan	2%	1%	1%	0%	5%	3%	5%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	70%	73%	76%	74%	47%	73%	56%

*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

MEILLEUR LEADER POUR GÉRER LES PRINCIPAUX ENJEUX

CTC141. Selon vous, qui serait le meilleur pour gérer... ?

Base: Tous les répondants(n=1 521)



MEILLEUR LEADER POUR GÉRER LES PRINCIPAUX ENJEUX - Détails



CTC141. Selon vous, qui serait le meilleur pour gérer... ?

Base: Tous les répondants (n=1 521)

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1,521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1,521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288

... le développement économique du Canada

Peter Mackay	18%	21%	13%	19%	22%	19%	19%	10%	17%	25%	16%	22%	16%
Erin O'Toole	6%	4%	6%	5%	5%	8%	6%	5%	6%	6%	6%	6%	5%
Leslyn Lewis	3%	5%	0%	3%	4%	6%	3%	3%	3%	4%	2%	3%	5%
Derek Sloan	2%	0%	1%	2%	3%	5%	3%	3%	2%	1%	2%	3%	1%

... une crise sanitaire comme la pandémie de la COVID-19

Peter Mackay	14%	16%	9%	14%	20%	18%	17%	9%	12%	20%	13%	15%	15%
Erin O'Toole	6%	4%	6%	7%	4%	7%	5%	7%	6%	6%	6%	8%	5%
Leslyn Lewis	4%	5%	0%	5%	4%	8%	4%	3%	4%	5%	3%	4%	6%
Derek Sloan	2%	2%	1%	2%	3%	3%	2%	3%	2%	1%	2%	3%	1%

... la création d'emplois

Peter Mackay	15%	21%	10%	15%	21%	16%	19%	9%	14%	22%	15%	17%	15%
Erin O'Toole	6%	5%	5%	7%	5%	8%	5%	5%	6%	7%	5%	8%	5%
Leslyn Lewis	3%	4%	2%	3%	5%	6%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	3%
Derek Sloan	3%	0%	1%	3%	1%	6%	3%	4%	2%	2%	2%	3%	3%

... les dépenses du gouvernement et le déficit

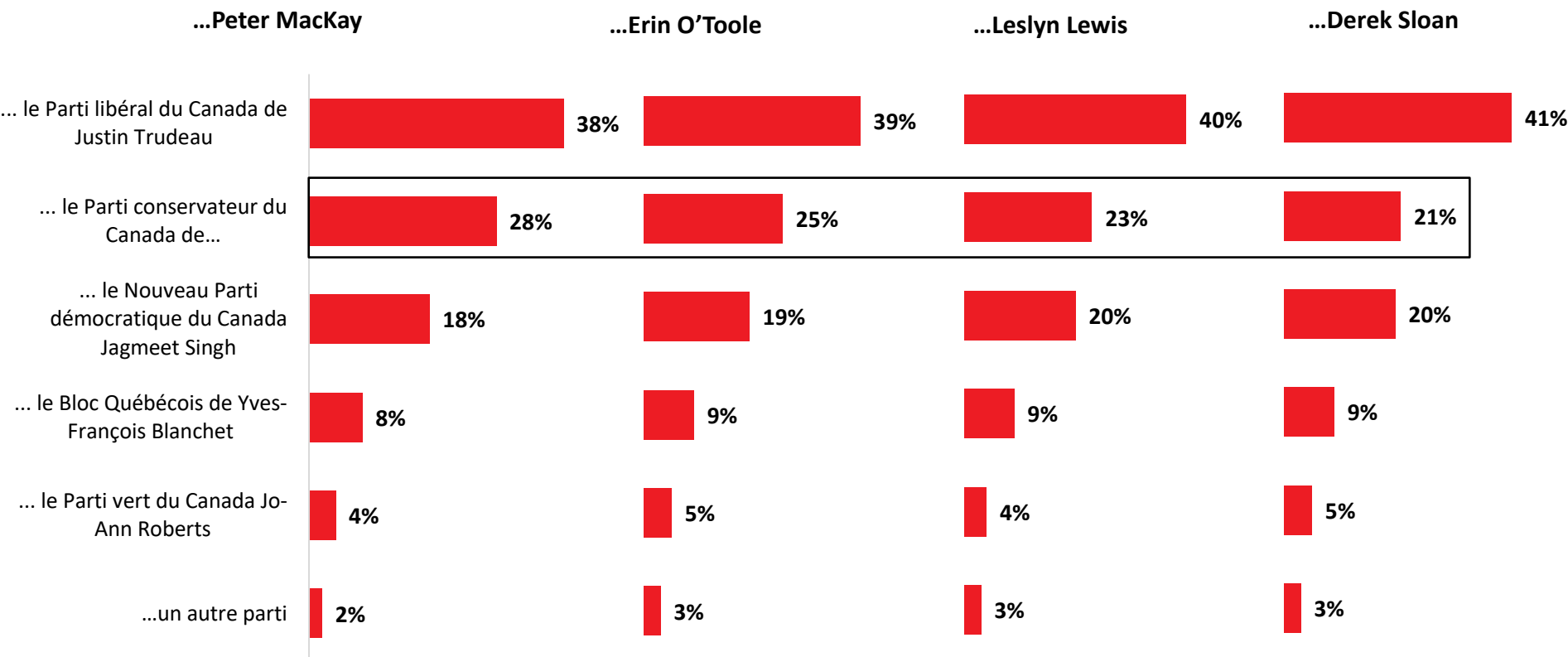
Peter Mackay	16%	18%	9%	15%	22%	22%	20%	10%	13%	22%	13%	19%	15%
Erin O'Toole	6%	4%	5%	7%	4%	8%	3%	4%	6%	7%	5%	7%	6%
Leslyn Lewis	3%	4%	1%	4%	4%	5%	3%	1%	4%	4%	2%	4%	4%
Derek Sloan	3%	1%	2%	2%	5%	4%	3%	5%	2%	2%	3%	3%	2%

TRACTION DU LEADERSHIP SUR LES INTENTIONS DE VOTE



**CTC37B. Si des élections fédérales avaient lieu et que le chef du Parti conservateur du Canada était...
pour quel parti politique seriez-vous le plus susceptible de voter ?**

Base: Électeurs décidés (n=1 113)



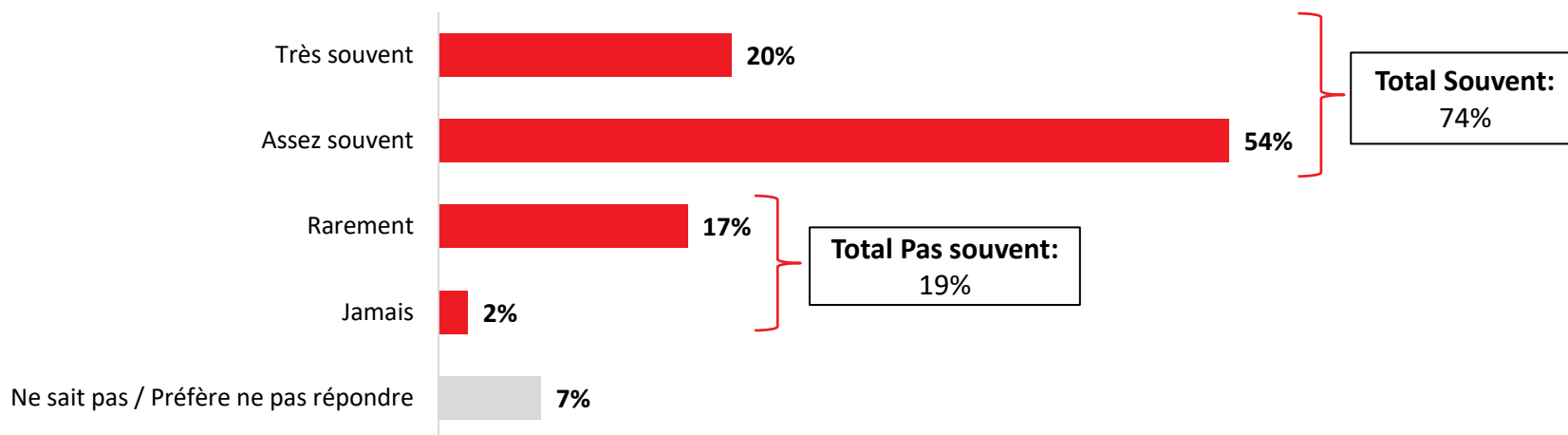


DANS L'ACTUALITÉ
PRÉFÉRENCE D'ACHAT CANADIEN

HABITUDES D'ACHATS CANADIENS

CTC130. En pensant à vos habitudes d'achat quotidiennes/hebdomadaires ainsi qu'aux achats importants et peu fréquents que vous effectuez, à quelle fréquence achetez-vous délibérément des produits ou des services provenant du Canada, d'une compagnie canadienne - c'est-à-dire "Acheter Canadien" ?

Base Tous les répondants (n=1 521)

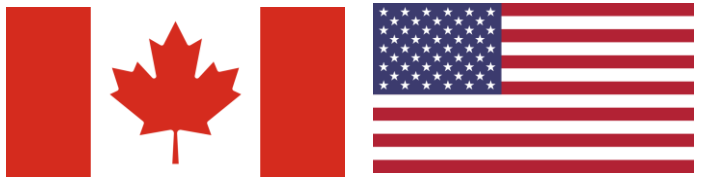


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
Total Souvent	74%	71%	82%	73%	70%	69%	70%	66%	73%	80%	74%	74%	76%
Très souvent	20%	17%	27%	19%	19%	15%	18%	13%	18%	27%	19%	18%	25%
Assez souvent	54%	54%	55%	54%	51%	54%	52%	53%	55%	53%	54%	56%	50%
Total Pas souvent	19%	19%	14%	20%	23%	20%	21%	24%	19%	15%	18%	20%	18%
Rarement	17%	18%	13%	17%	22%	19%	18%	20%	17%	14%	16%	18%	16%
Jamais	2%	1%	1%	3%	1%	1%	3%	4%	2%	0%	2%	1%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	7%	9%	4%	7%	7%	11%	9%	10%	8%	5%	8%	6%	7%

HABITUDES D'ACHATS CANADIENS / AMÉRICAINS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC130. En pensant à vos habitudes d'achat quotidiennes/hebdomadaires ainsi qu'aux achats importants et peu fréquents que vous effectuez, à quelle fréquence achetez-vous délibérément des produits ou des services provenant du Canada / des États-Unis, d'une compagnie canadienne/ Américaine - c'est-à-dire "Acheter Canadien« / "Acheter Américain" ?

Base: Tous les répondants

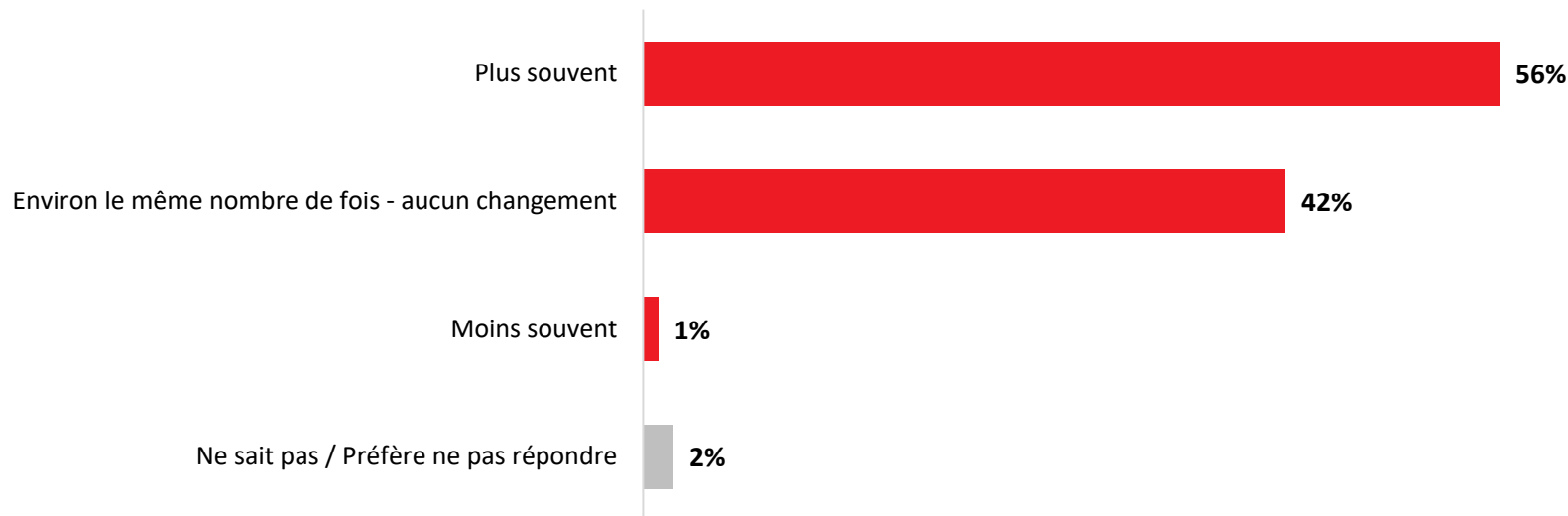


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Total Souvent	74%	68%	6
Très souvent	20%	27%	7
Assez souvent	54%	40%	14
Total Pas souvent	19%	21%	2
Rarement	17%	17%	-
Jamais	2%	4%	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	7%	11%	4

INTENTION D'ACHETER DES PRODUITS CANADIENS À L'AVENIR

CTC131. À l'avenir, avez-vous l'impression que vous allez essayer d'acheter des biens et des services canadiens...

Base: Tous les répondants(n=1 521)

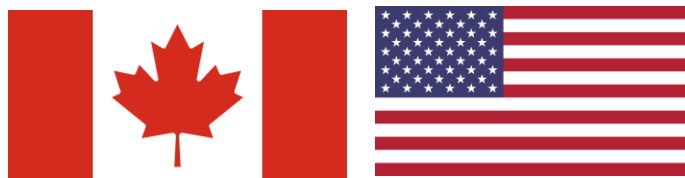


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
Plus souvent	56%	57%	57%	56%	51%	54%	54%	52%	53%	60%	57%	54%	57%
Environ le même nombre de fois - aucun changement	42%	42%	39%	40%	47%	45%	44%	45%	43%	38%	40%	44%	42%
Moins souvent	1%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	2%	1%	0%	2%	1%	0%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	1%	4%	2%	2%	0%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	1%

INTENTION D'ACHETER DES PRODUITS CANADIENS / AMÉRICAINS À L'AVENIR (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC131. À l'avenir, avez-vous l'impression que vous allez essayer d'acheter des biens et des services canadiens / américains..

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Plus souvent	56%	43%	13
Environ le même nombre de fois - aucun changement	42%	49%	7
Moins souvent	1%	2%	1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	7%	5

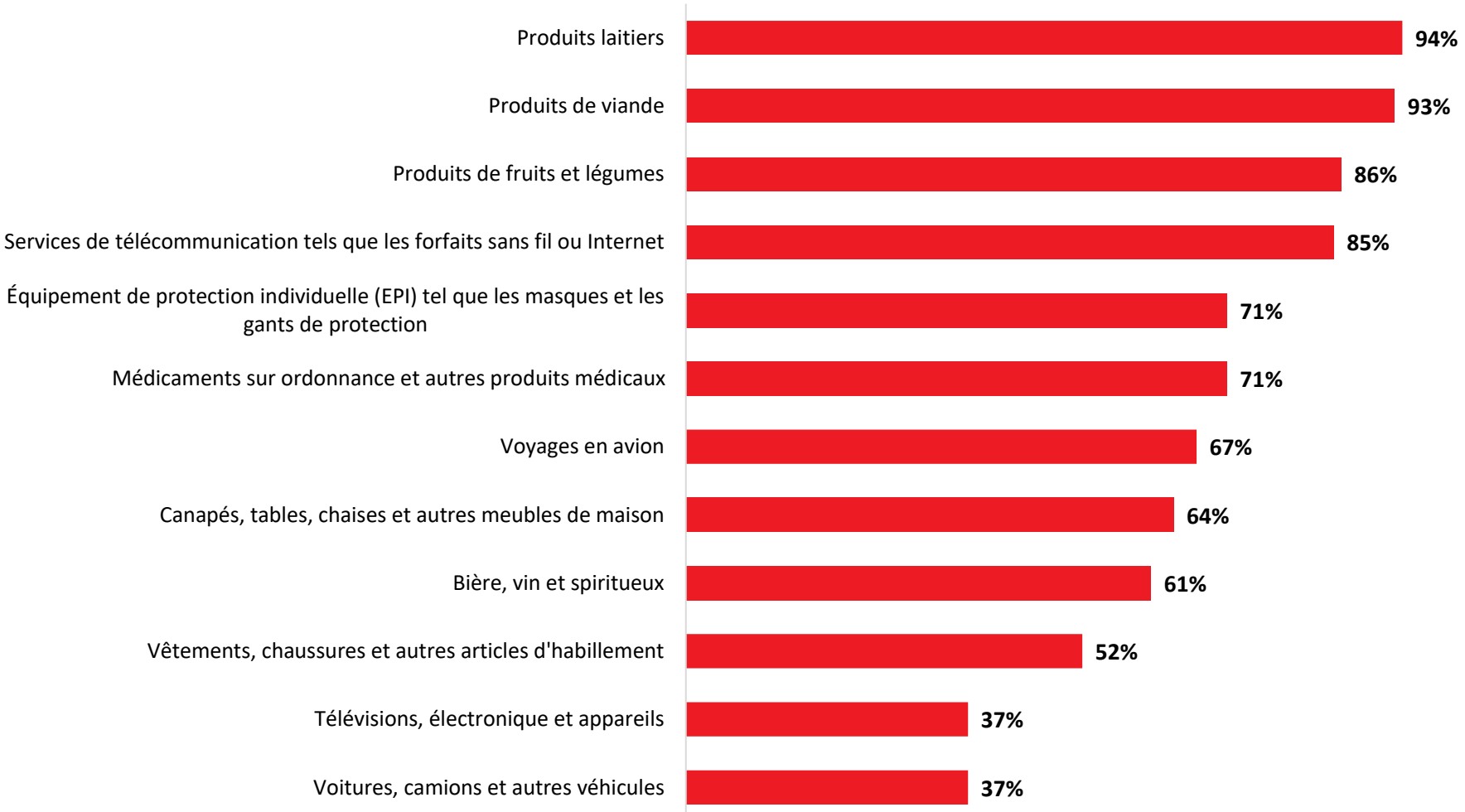
L'IMPACT DE L'ORIGINE D'UN PRODUIT SUR LES INTENTIONS D'ACHAT



CTC132. Vous trouverez ci-dessous une liste de produits et de services. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si l'origine du produit ou du service est suffisamment importante pour que cela ait un impact positif sur votre décision d'achat.

Base: Tous les répondants (n=1 521)

% Plus enclin à acheter si le produit ou le service provient du Canada (d'une compagnie canadienne)



L'IMPACT DE L'ORIGINE D'UN PRODUIT SUR LES INTENTIONS D'ACHAT (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC132. Vous trouverez ci-dessous une liste de produits et de services. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si l'origine du produit ou du service est suffisamment importante pour que cela ait un impact positif sur votre décision d'achat.

Base: Tous les répondants

% Plus enclin à acheter si le produit ou le service provient du Canada (d'une compagnie canadienne)
/ % Plus enclin à acheter si le produit ou le service provient des États-Unis (d'une compagnie américaine)

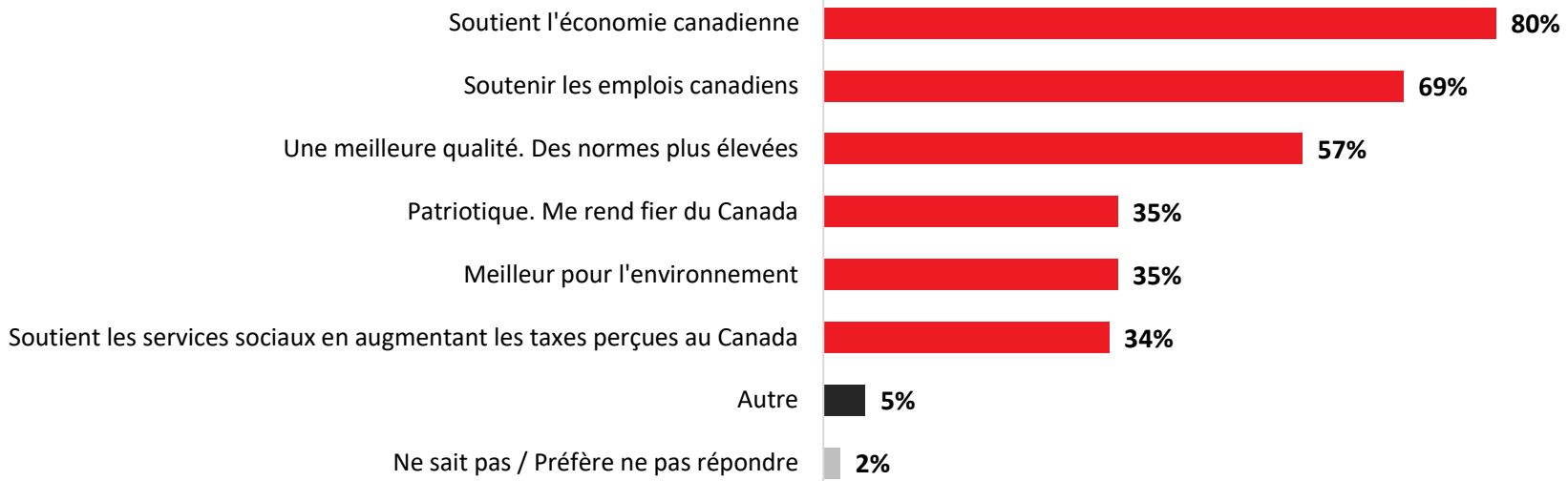


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Produits laitiers	94%	82%	12
Produits de viande	93%	82%	11
Produits de fruits et légumes	86%	80%	6
Services de télécommunication tels que les forfaits sans fil ou Internet	85%	77%	8
Équipement de protection individuelle (EPI) tel que les masques et les gants de protection	71%	66%	5
Médicaments sur ordonnance et autres produits médicaux	71%	72%	1
Voyages en avion	67%	64%	3
Canapés, tables, chaises et autres meubles de maison	64%	63%	1
Bière, vin et spiritueux	61%	55%	6
Vêtements, chaussures et autres articles d'habillement	52%	62%	10
Télévisions, électronique et appareils	37%	51%	14
Voitures, camions et autres véhicules	37%	56%	19

RAISONS D'ACHETER LOCAL

CTC134. Quelle serait la raison principale pour laquelle vous achetez un produit ou un service entièrement canadien? Sélectionnez tout ce qui s'applique*

Base: Tous les répondants(n=1 521)





	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
Soutient l'économie canadienne	80%	78%	76%	79%	79%	85%	85%	78%	78%	83%	79%	80%	79%
Soutenir les emplois canadiens	69%	74%	63%	66%	72%	77%	74%	63%	68%	74%	66%	69%	72%
Une meilleure qualité. Des normes plus élevées	57%	63%	55%	61%	49%	58%	49%	55%	56%	60%	57%	59%	54%
Patriotique. Me rend fier du Canada	35%	45%	25%	38%	36%	44%	33%	28%	37%	39%	33%	37%	38%
Meilleur pour l'environnement	35%	27%	41%	33%	30%	39%	37%	41%	34%	32%	37%	35%	33%
Soutient les services sociaux en augmentant les taxes perçues au Canada	34%	24%	27%	37%	32%	35%	40%	28%	33%	39%	34%	33%	35%
Autre	5%	2%	3%	8%	5%	3%	7%	2%	5%	8%	5%	6%	5%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	3%	3%	1%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	1%	2%

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

RAISONS D'ACHETER LOCAL (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC134. Quelle serait la raison principale pour laquelle vous achetez un produit ou un service entièrement canadien/ américain? Sélectionnez tout ce qui s'applique*

Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Soutient l'économie canadienne / américaine	80%	61%	19
Soutenir les emplois canadiens / américains	69%	57%	12
Une meilleure qualité. Des normes plus élevées	57%	51%	6
Patriotique. Me rend fier du Canada / des États-Unis	35%	32%	3
Meilleur pour l'environnement	35%	23%	12
Soutient les services sociaux en augmentant les taxes perçues au Canada / aux États-Unis	34%	33%	1
Autre	5%	4%	1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	8%	6

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



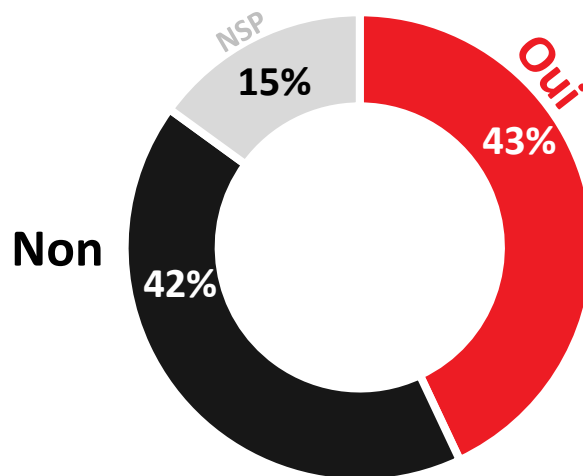
DEUXIÈME VAGUE DU VIRUS DE LA COVID-19



FIN DE LA PREMIÈRE VAGUE

CTC116: Pensez-vous que nous avons atteint la fin de la première vague du virus?

Base: Tous les répondants (n= 1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Oui	43%	53%	55%	36%	39%	40%	44%	53%	46%	34%	39%	45%	47%	46%	-3
Non	42%	39%	33%	48%	44%	38%	40%	38%	39%	47%	46%	41%	35%	39%	+3
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	15%	8%	12%	16%	17%	22%	16%	9%	15%	19%	15%	14%	18%	16%	-1

FIN DE LA PREMIÈRE VAGUE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC116: Pensez-vous que nous avons atteint la fin de la première vague du virus?

Base: Tous les répondants

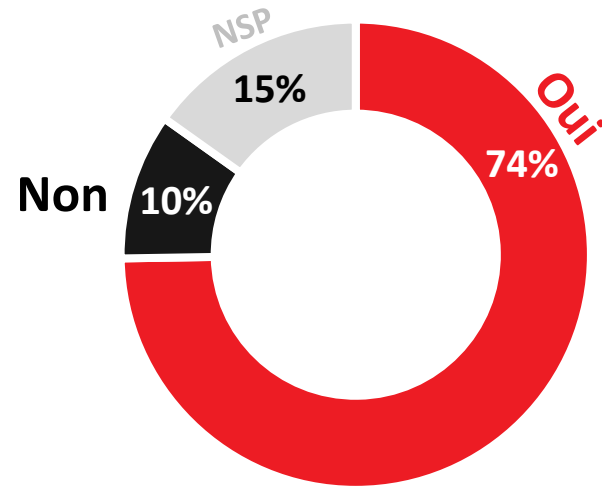


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Oui	43%	29%	14
Non	42%	55%	13
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	15%	16%	1

DEUXIÈME VAGUE DU VIRUS

CTC96. Croyez-vous qu'il y aura une seconde vague du virus?

Base: Tous les répondants (n= 1 521)

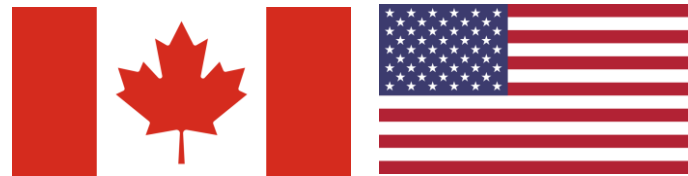


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Oui	74%	73%	70%	75%	82%	75%	77%	76%	76%	71%	77%	73%	73%	74%	-
Non	10%	12%	14%	11%	3%	9%	7%	12%	11%	9%	8%	12%	11%	11%	-1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	15%	15%	16%	15%	15%	15%	16%	12%	13%	20%	15%	15%	17%	15%	-

DEUXIÈME VAGUE DU VIRUS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC96. Croyez-vous qu'il y aura une seconde vague du virus?

Base: Tous les répondants

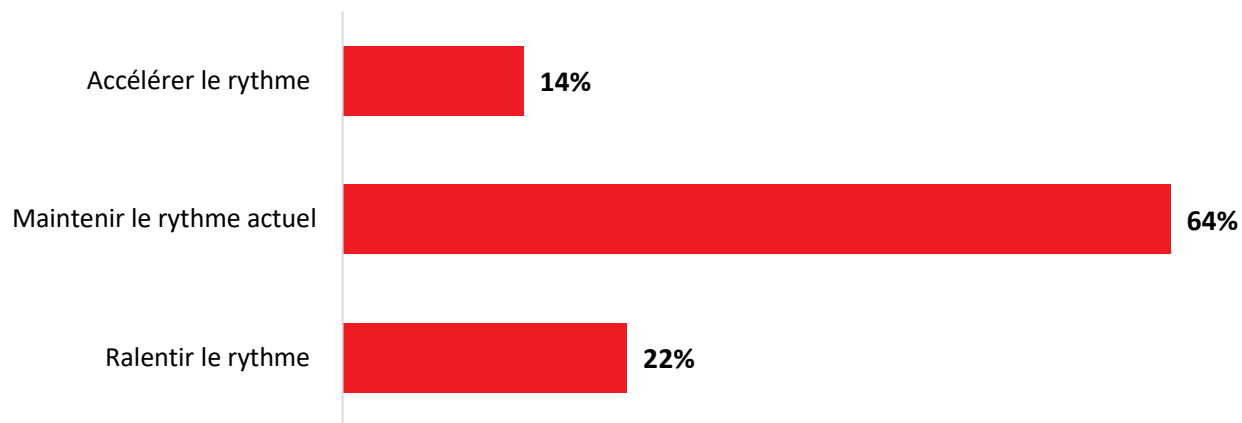


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Oui	74%	68%	6
Non	10%	15%	5
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	15%	17%	2

RYTHME DE L'ASSOUPPLISSEMENT DES MESURES DE PROTECTION

CTC64. Trouvez-vous que les gouvernements devraient accélérer, maintenir le rythme actuel ou ralentir le déconfinement pour permettre le retour progressif des activités normales?

Base: Tous les répondants (n= 1 521)

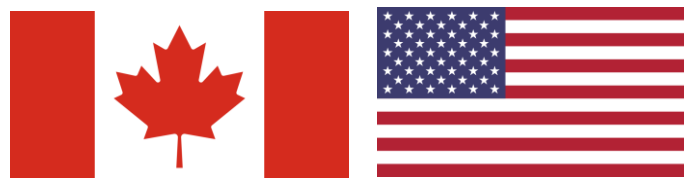


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Accélérer le rythme	14%	13%	15%	13%	12%	14%	19%	15%	17%	11%	14%	12%	19%	15%	-1
Maintenir le rythme actuel	64%	63%	64%	62%	65%	63%	70%	63%	58%	70%	63%	67%	62%	62%	+2
Ralentir le rythme	22%	24%	20%	24%	23%	23%	11%	22%	25%	19%	23%	20%	20%	23%	-1

RYTHME DE L'ASSOUPPLISSEMENT DES MESURES DE PROTECTION (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC64. Trouvez-vous que les gouvernements devraient accélérer, maintenir le rythme actuel ou ralentir le déconfinement pour permettre le retour progressif des activités normales?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Accélérer le rythme	14%	20%	6
Maintenir le rythme actuel	64%	46%	18
Ralentir le rythme	22%	34%	12



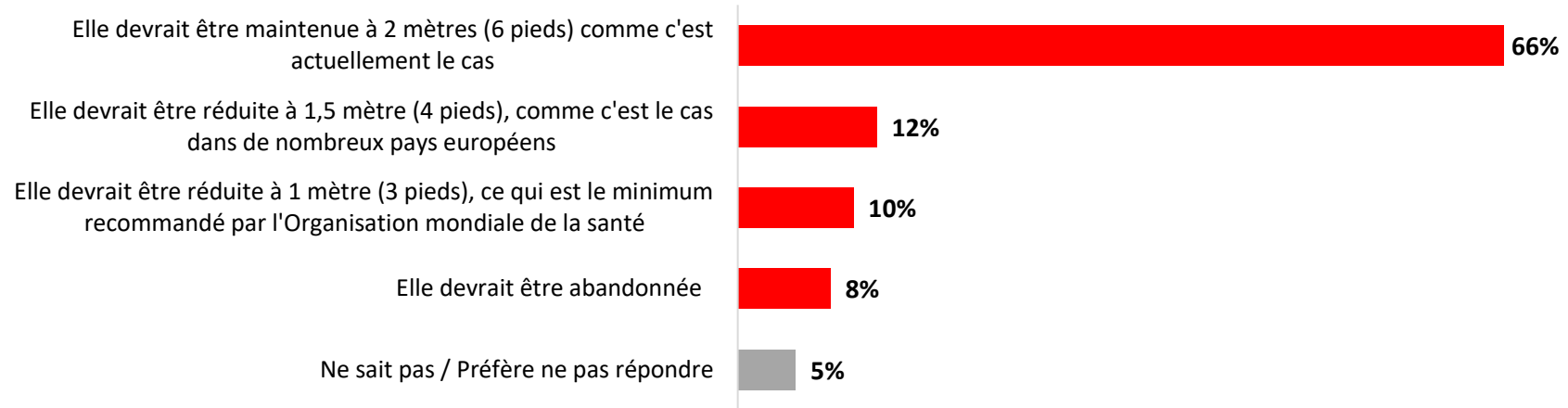
DISTANCIATION SOCIALE ET PORT DU MASQUE



RÈGLE DE DISTANCIATION SOCIALE

CTC128. Différents pays ont établi des règles de distanciation sociale différentes. En ce qui concerne la distance à respecter entre deux personnes au Canada, pensez-vous...

Base: Tous les répondants (n=1,521)

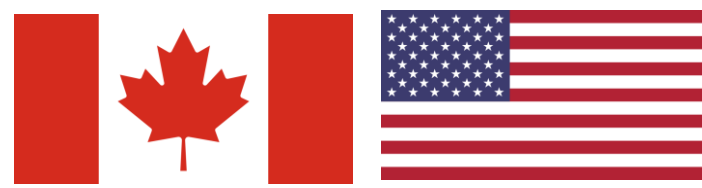


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
Elle devrait être maintenue à 2 mètres (6 pieds) comme c'est actuellement le cas	66%	79%	43%	72%	69%	68%	77%	62%	65%	69%	68%	67%	59%
Elle devrait être réduite à 1,5 mètre (4 pieds), comme c'est le cas dans de nombreux pays européens	12%	6%	18%	9%	10%	14%	9%	15%	11%	10%	10%	12%	12%
Elle devrait être réduite à 1 mètre (3 pieds), ce qui est le minimum recommandé par l'Organisation mondiale de la santé	10%	3%	25%	5%	8%	4%	6%	11%	10%	10%	9%	10%	10%
Elle devrait être abandonnée	8%	10%	10%	7%	10%	6%	5%	5%	9%	9%	7%	6%	14%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	5%	2%	3%	6%	4%	9%	3%	6%	5%	4%	5%	5%	5%

RÈGLE DE DISTANCIATION SOCIALE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

Différents pays ont établi des règles de distanciation sociale différentes. En ce qui concerne la distance à respecter entre deux personnes au Canada / aux États-unis, pensez-vous...

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Elle devrait être maintenue à 2 mètres (6 pieds) comme c'est actuellement le cas	66%	66%	-
Elle devrait être réduite à 1,5 mètre (4 pieds), comme c'est le cas dans de nombreux pays européens	12%	10%	2
Elle devrait être réduite à 1 mètre (3 pieds), ce qui est le minimum recommandé par l'Organisation mondiale de la santé	10%	5%	5
Elle devrait être abandonnée	8%	10%	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	5%	9%	4

RÉDUIRE LA RÈGLE DE LA DISTANCIATION SOCIALE

CTC129. Si la règle des 2 mètres (6 pieds) en matière de distance sociale devait être réduite à 1 mètre (3 pieds), seriez-vous à l'aise de faire ce qui suit...

Base: Tous les répondants (n=1 521)

% Comfortable presented

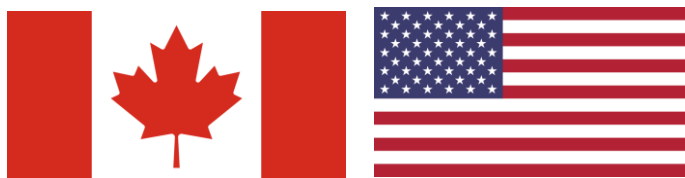


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288
% confortable présenté													
Manger dans les restaurants	40%	39%	50%	34%	40%	46%	39%	48%	41%	34%	41%	38%	45%
Aller au cinéma ou dans des salles de spectacle	28%	23%	36%	25%	27%	28%	22%	35%	30%	21%	29%	26%	29%
Aller à la salle d'entraînement ou autres installations sportives	24%	25%	33%	22%	22%	23%	16%	36%	26%	15%	23%	23%	28%
Aller dans les bars, les salons, les boîtes de nuit, les pubs	21%	18%	25%	19%	21%	21%	19%	24%	24%	15%	22%	18%	23%

RÉDUIRE LA RÈGLE DE LA DISTANCIATION SOCIALE (CANADA VS UNITED STATES)

CTC129. Si la règle des 2 mètres (6 pieds) en matière de distance sociale devait être réduite à 1 mètre (3 pieds), seriez-vous à l'aise de faire ce qui suit...

Base: Tous les répondants

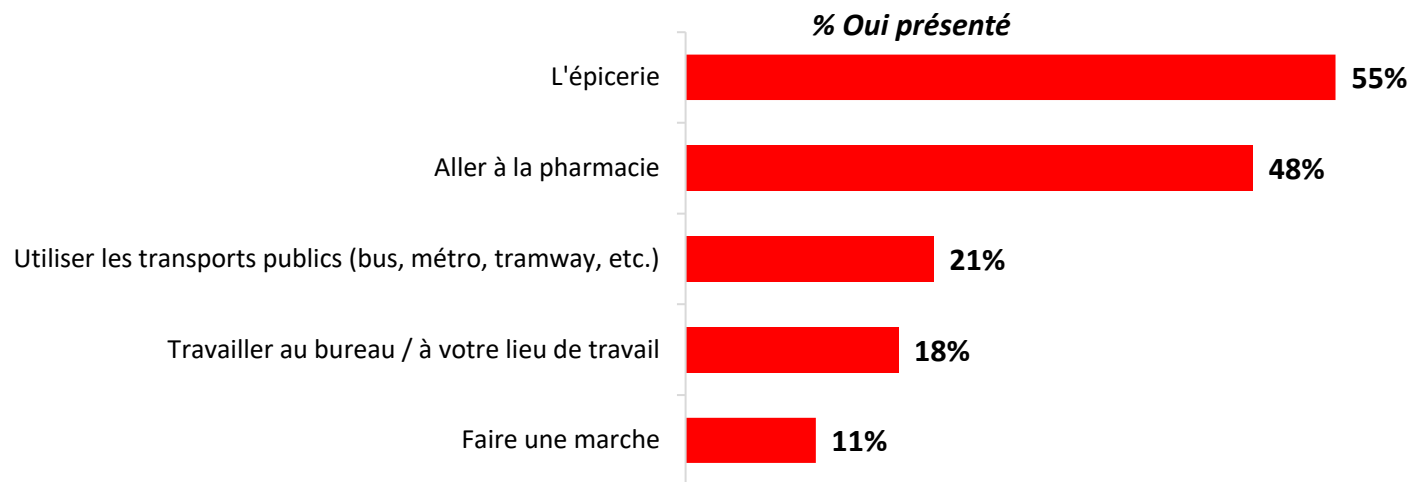


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
% confortable présenté			
Manger dans les restaurants	40%	40%	-
Aller au cinéma ou dans des salles de spectacle	28%	30%	2
Aller à la salle d'entraînement ou autres installations sportives	24%	27%	3
Aller dans les bars, les salons, les boîtes de nuit, les pubs	21%	25%	4

ACTIVITÉS POUR LESQUELLES LES CANADIENS PORTENT UN MASQUE

CTC74: Portez-vous un masque pour faire les choses suivantes?

Base: Tous les répondants (n=1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
% Oui présenté															
L'épicerie	55%	45%	53%	64%	41%	37%	57%	53%	50%	60%	60%	57%	39%	51%	+4
Aller à la pharmacie	48%	42%	50%	55%	34%	32%	47%	44%	43%	55%	53%	49%	36%	45%	+3
Utiliser les transports publics (bus, métro, tramway, etc.)	21%	13%	22%	22%	8%	16%	29%	30%	17%	17%	30%	17%	9%	17%	+4
Travailler au bureau / à votre lieu de travail	18%	15%	18%	20%	12%	15%	17%	31%	18%	8%	18%	20%	12%	18%	-
Faire une marche	11%	9%	10%	14%	4%	7%	15%	11%	10%	12%	16%	9%	5%	11%	-

ACTIVITÉS POUR LESQUELLES LES CANADIENS / LES AMÉRICAINS PORTENT UN MASQUE, (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC74: Portez-vous un masque pour faire les choses suivantes?

Base: Tous les répondants

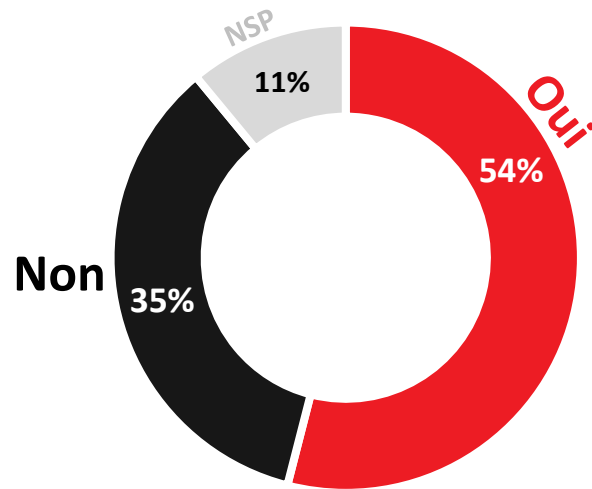


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
% Oui présenté			
L'épicerie	55%	78%	23
Aller à la pharmacie	48%	65%	17
Utiliser les transports publics (bus, métro, tramway, etc.)	21%	32%	11
Travailler au bureau / à votre lieu de travail	18%	36%	18
Faire une marche	11%	37%	26

PORT OBLIGATOIRE DU MASQUE

CTC84: Devrait-on rendre le port du masque de protection obligatoire pour tous les Canadiens lorsqu'ils sortent en public ou vont dans des espaces confinés comme les épiceries, centres d'achat ou les transports en commun?

Base: Tous les répondants (n=1 521)

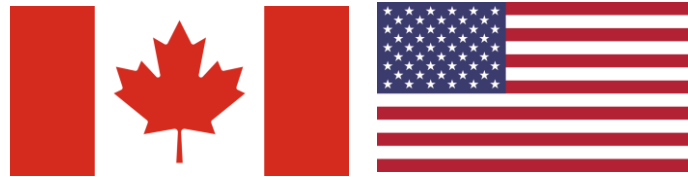


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Oui	54%	48%	57%	58%	40%	46%	50%	55%	49%	56%	57%	56%	41%	54%	-
Non	35%	39%	35%	31%	46%	43%	36%	34%	37%	34%	32%	34%	46%	34%	+1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	11%	13%	8%	11%	14%	11%	14%	11%	14%	9%	11%	10%	13%	12%	-1

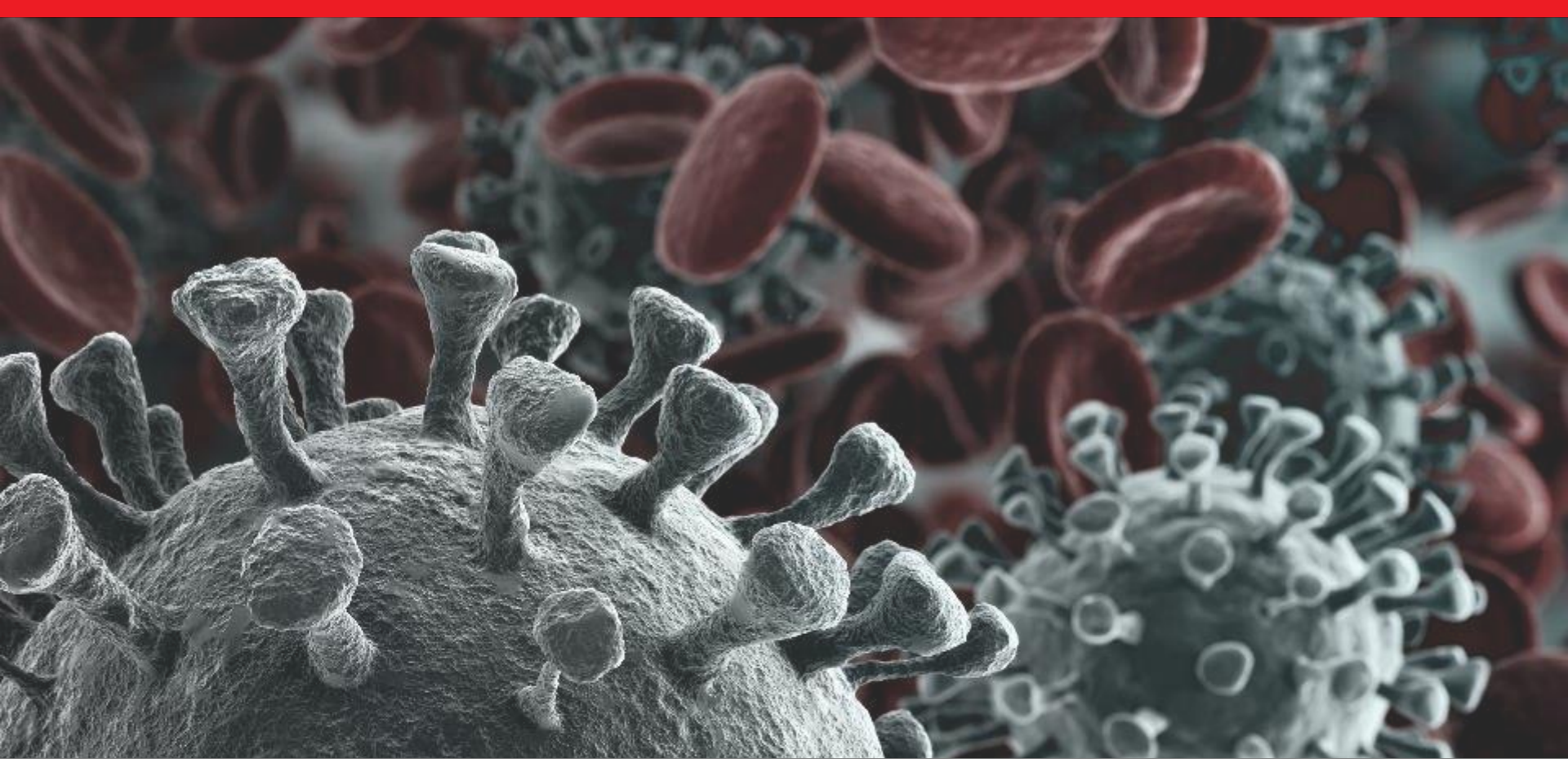
PORT OBLIGATOIRE DU MASQUE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC84: Devrait-on rendre le port du masque de protection obligatoire pour tous les Canadiens / tous les Américains lorsqu'ils sortent en public ou vont dans des espaces confinés comme les épiceries, centres d'achat ou les transports en commun?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Oui	54%	66%	12
Non	35%	26%	9
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	11%	8%	3



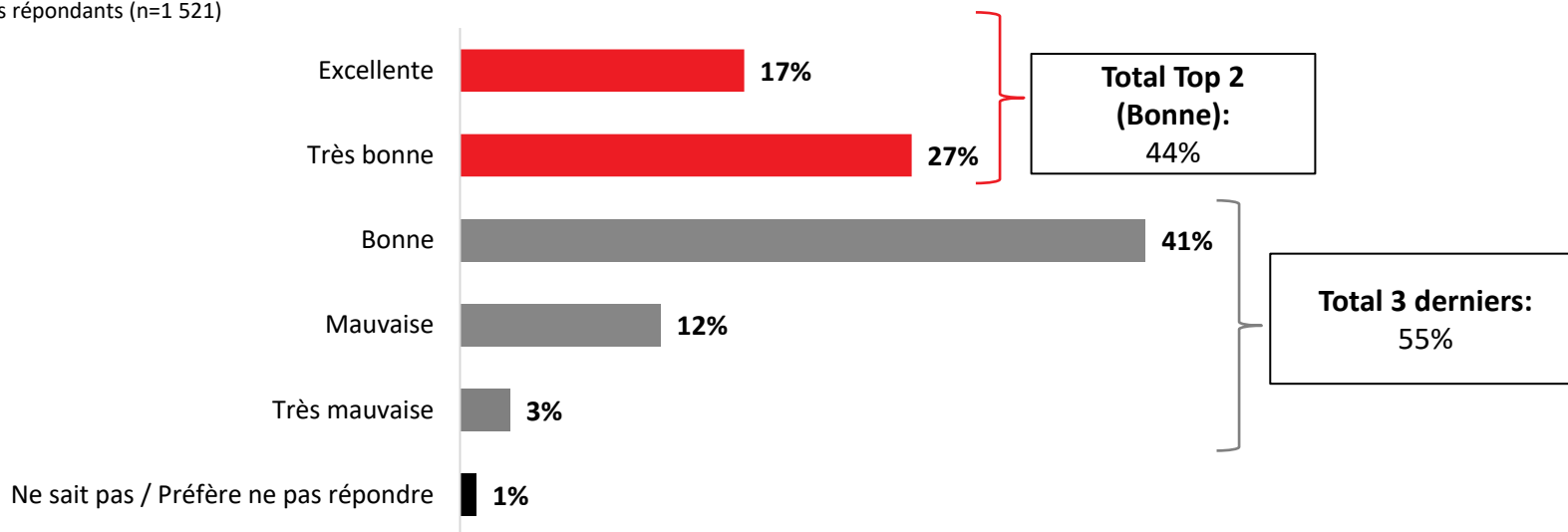
STRESS ET SANTÉ MENTALE



SANTÉ MENTALE DURANT LA CRISE

CTC46: Depuis que la crise de COVID-19 a commencé, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

Base: Tous les répondants (n=1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Total Top 2 (Bonne)	44%	34%	50%	43%	43%	50%	33%	35%	35%	57%	40%	46%	46%	39%	+5
Excellente	17%	16%	21%	18%	15%	15%	10%	11%	13%	24%	16%	16%	21%	14%	+3
Très bonne	27%	18%	29%	25%	28%	35%	23%	24%	22%	33%	25%	29%	25%	25%	+2
Total 3 derniers	55%	65%	49%	54%	56%	50%	67%	64%	64%	41%	58%	53%	53%	59%	-4
Bonne*	41%	47%	38%	42%	42%	34%	48%	44%	45%	36%	43%	40%	40%	43%	-2
Mauvaise	12%	13%	10%	10%	9%	15%	16%	18%	15%	5%	12%	12%	10%	14%	-2
Très mauvaise	3%	4%	1%	3%	5%	1%	4%	3%	5%	1%	3%	1%	3%	3%	-
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	2%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	2%	-1

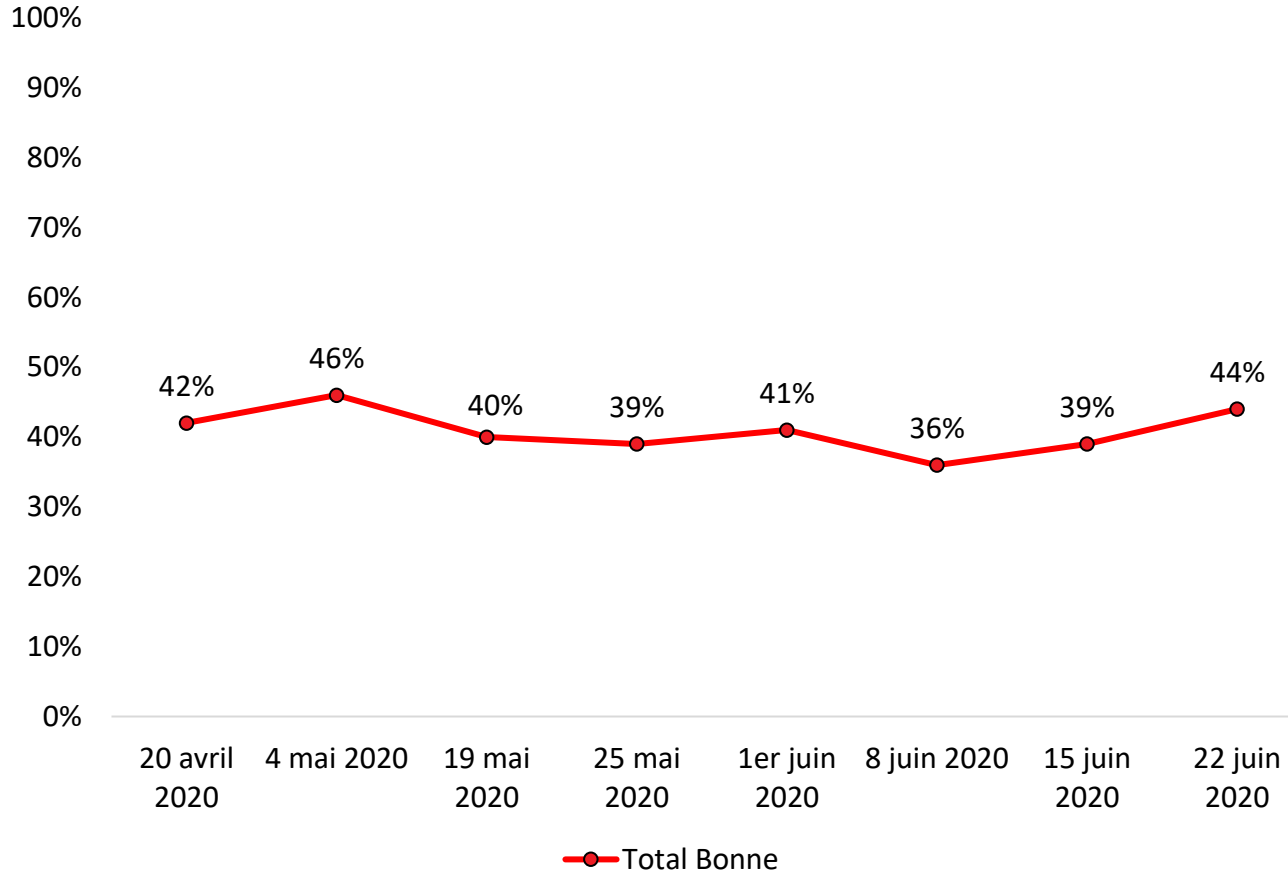
* La mention "Bonne" est placée dans les 3 derniers rangs selon une échelle standardisée utilisée dans le cadre de recherches académiques.

SANTÉ MENTALE DURANT LA CRISE (Évolution)

CTC46: Depuis que la crise de COVID-19 a commencé, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

Base: Tous les répondants

% Total Bonne (Excellent + Très bonne) présenté



SANTÉ MENTALE DURANT LA CRISE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC46: Depuis que la crise de COVID-19 a commencé, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

Base: Tous les répondants



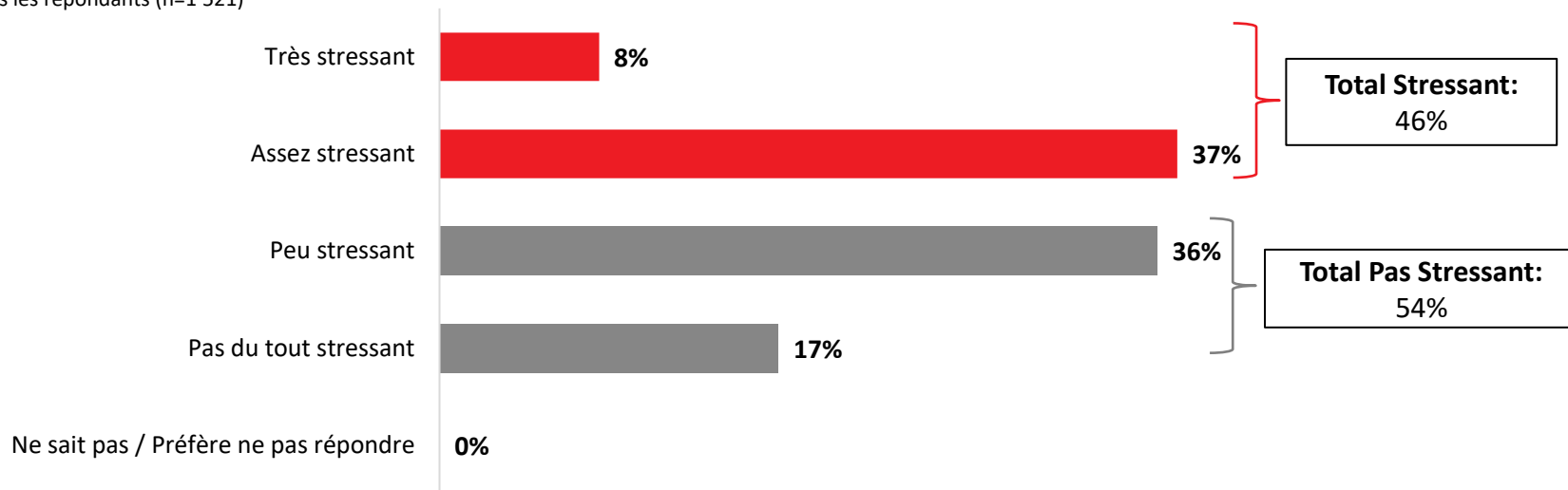
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Total Top 2 (Bonne)	44%	47%	3
Excellente	17%	18%	1
Très bonne	27%	29%	2
Total 3 derniers	55%	51%	4
Bonne*	41%	40%	1
Mauvaise	12%	8%	4
Très mauvaise	3%	3%	-
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	3%	2

* La mention "Bonne" est placée dans les 3 derniers rangs selon une échelle standardisée utilisée dans le cadre de recherches académiques.

STRESS DE QUITTER LA MAISON / ÊTRE EN PUBLIC

CTC72. Quand vous quittez votre domicile pour sortir en public, à quel point est-ce stressant pour vous?

Base: Tous les répondants (n=1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Total Stressant	46%	47%	33%	52%	43%	47%	51%	51%	45%	43%	46%	50%	37%	50%	-4
Très stressant	8%	12%	6%	9%	10%	8%	8%	7%	12%	7%	11%	6%	9%	10%	-2
Assez stressant	37%	35%	27%	43%	32%	39%	44%	43%	34%	37%	36%	44%	29%	40%	-3
Total Pas Stressant	54%	53%	67%	48%	56%	50%	49%	49%	54%	57%	53%	50%	63%	49%	+5
Peu stressant	36%	35%	49%	32%	31%	32%	34%	35%	39%	35%	35%	36%	40%	34%	+2
Pas du tout stressant	17%	17%	18%	16%	24%	19%	15%	14%	15%	22%	18%	14%	23%	15%	+2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	-1

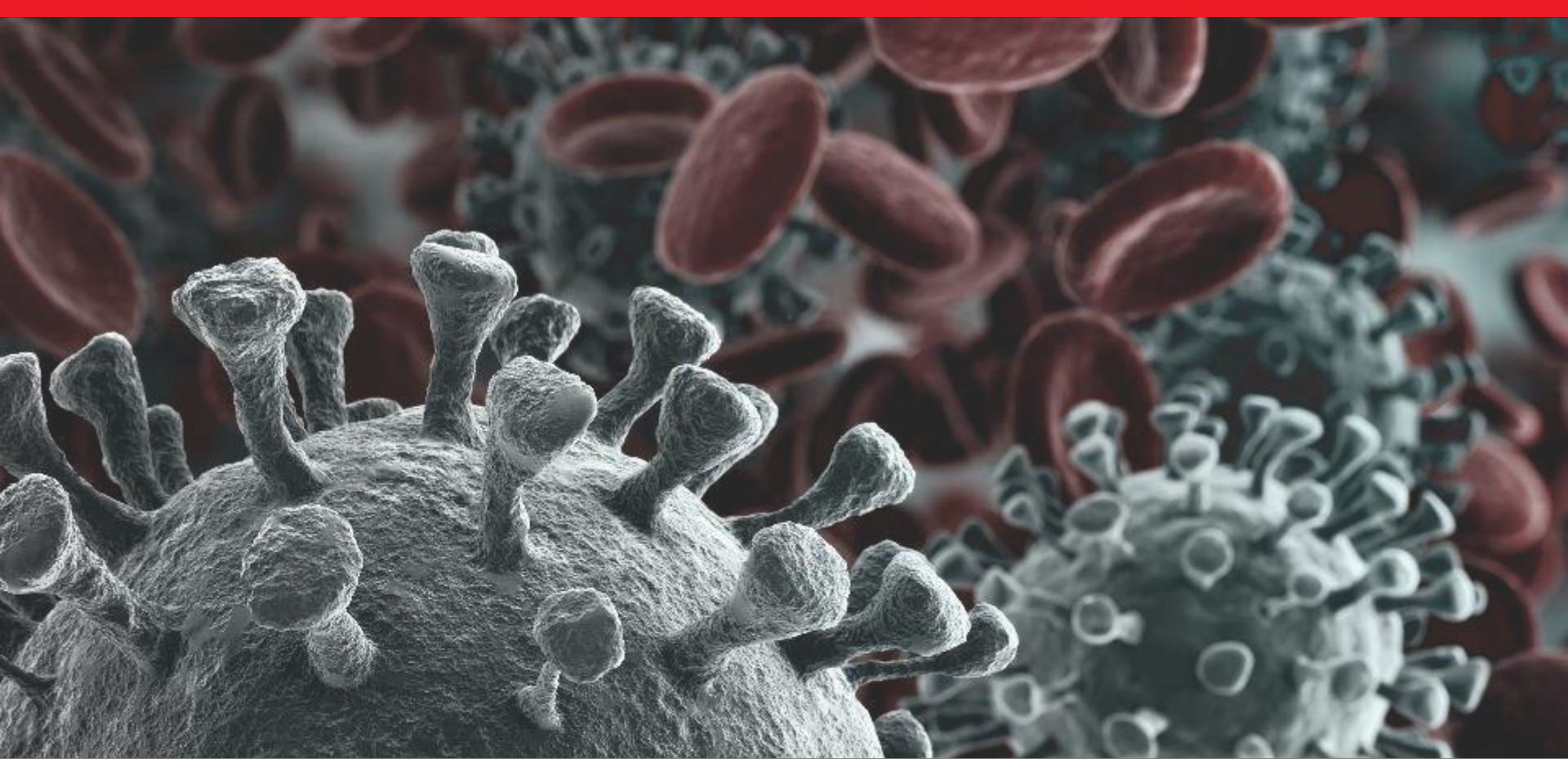
STRESS DE QUITTER LA MAISON / ÊTRE EN PUBLIC (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC72. Quand vous quittez votre domicile pour sortir en public, à quel point est-ce stressant pour vous?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Total Stressant	46%	56%	10
Très stressant	8%	19%	11
Assez stressant	37%	37%	-
Total Pas Stressant	54%	42%	12
Peu stressant	36%	24%	12
Pas du tout stressant	17%	18%	1
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	0%	3%	3



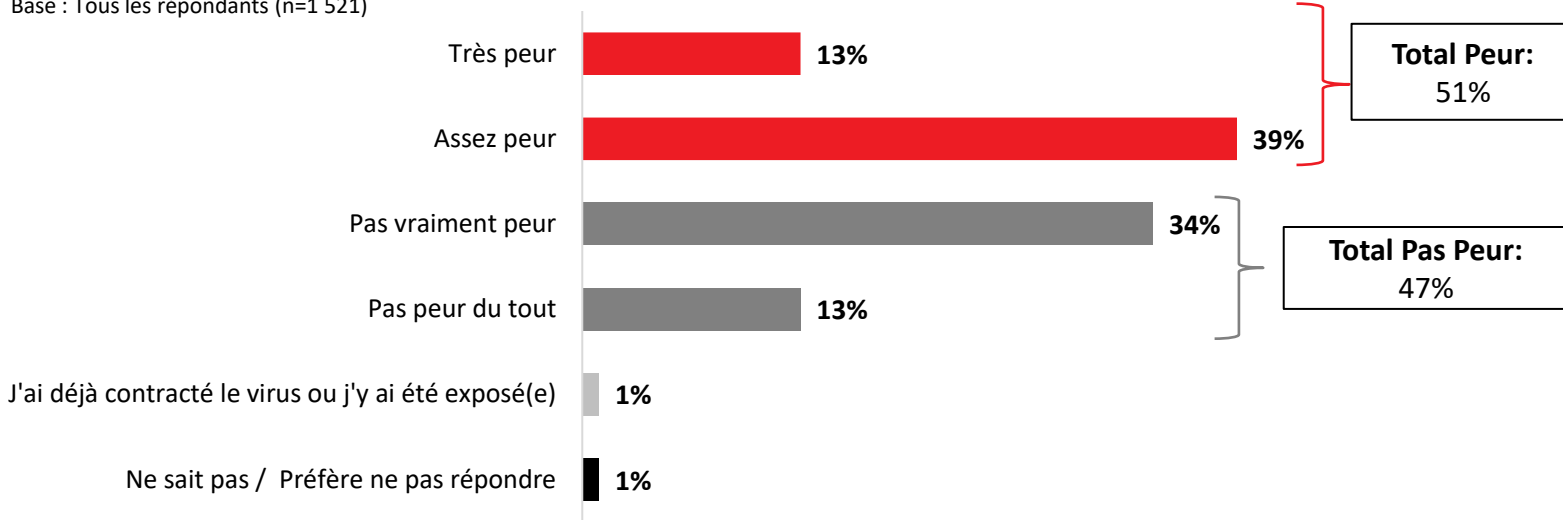
PEUR ET PROPAGATION DU VIRUS



PEUR DE CONTRACTER LE VIRUS

CTC1. Avez-vous personnellement peur de contracter la COVID-19 (Coronavirus)?

Base : Tous les répondants (n=1 521)

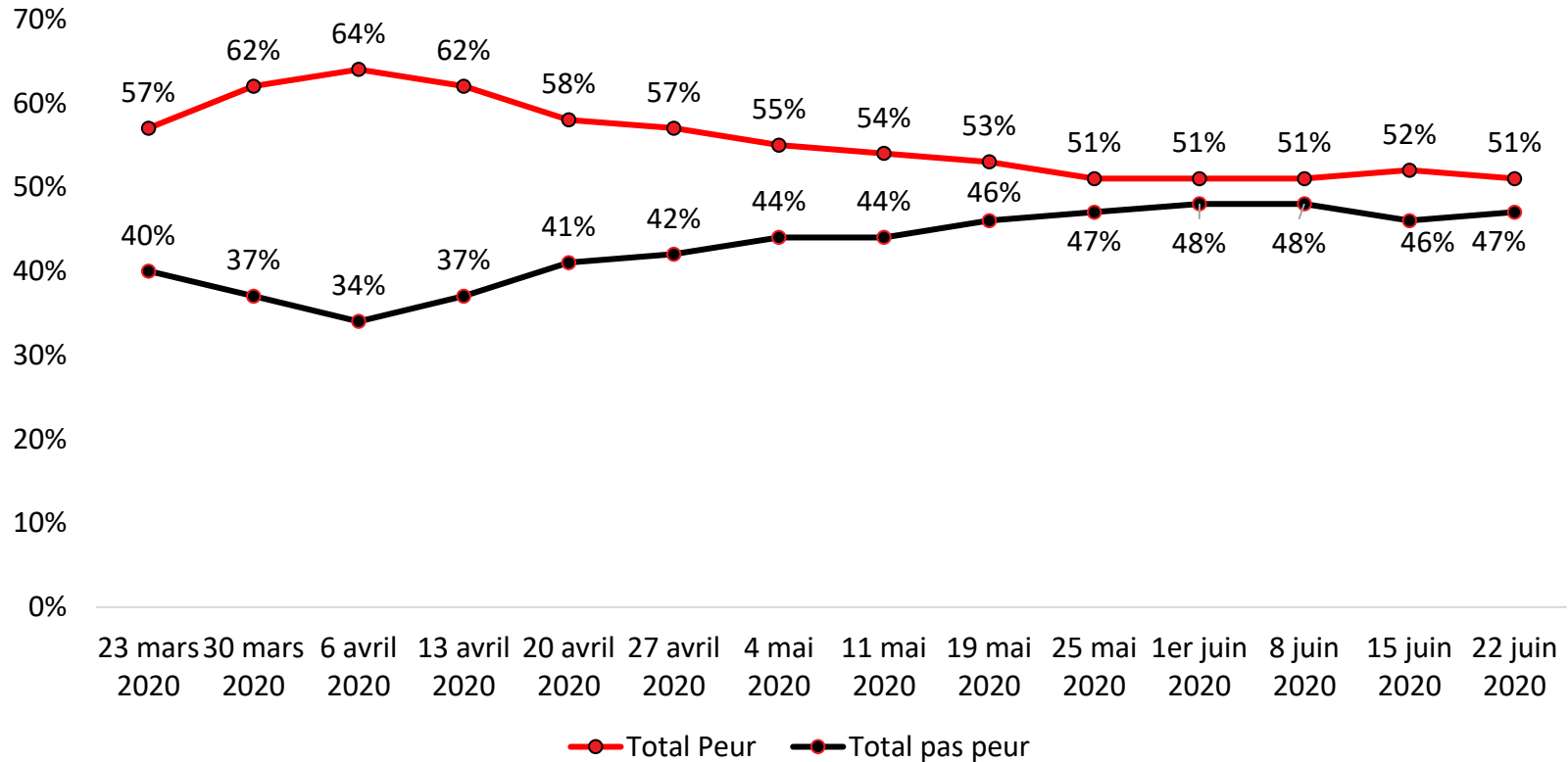


	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Total Peur	51%	56%	41%	57%	51%	47%	55%	46%	54%	52%	54%	53%	42%	52%	-1
Très peur	13%	16%	10%	14%	11%	10%	13%	9%	17%	11%	17%	10%	9%	13%	-
Assez peur	39%	40%	31%	42%	40%	37%	42%	37%	37%	41%	37%	43%	33%	39%	-
Total Pas Peur	47%	44%	58%	42%	49%	49%	41%	52%	44%	46%	45%	46%	55%	46%	+1
Pas vraiment peur	34%	26%	45%	29%	36%	35%	31%	37%	31%	34%	32%	35%	35%	32%	+2
Pas peur du tout	13%	18%	13%	13%	13%	14%	9%	15%	13%	12%	12%	11%	20%	14%	-1
J'ai déjà contracté le virus ou j'y ai été exposé(e)	1%	0%	0%	1%	0%	3%	4%	1%	1%	1%	1%	1%	3%	1%	-
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	-

PEUR DE CONTRACTER LE VIRUS (Évolution)

CTC1. Avez-vous personnellement peur de contracter la COVID-19 (Coronavirus)?

Base : Tous les répondants



PEUR DE CONTRACTER LE VIRUS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1. Avez-vous personnellement peur de contracter la COVID-19 (Coronavirus)?

Base : Tous les répondants

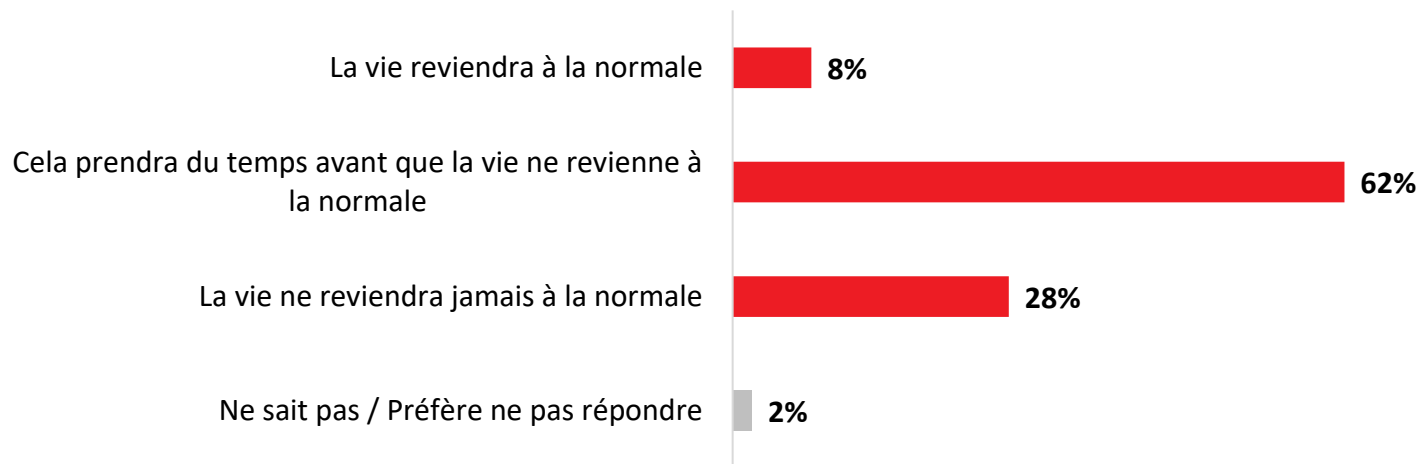


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
Total Peur	51%	59%	8
Très peur	13%	23%	10
Assez peur	39%	35%	4
Total Pas Peur	47%	38%	9
Pas vraiment peur	34%	21%	13
Pas peur du tout	13%	17%	4
J'ai déjà contracté le virus ou j'y ai été exposé(e)	1%	1%	-
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	3%	2

RETOUR À LA NORMALE

CTC121. Croyez-vous qu'après la pandémie, la vie en société au Canada reviendra à la normale, que cela prendra du temps avant que la vie ne revienne à la normale ou que la vie ne reviendra jamais à la normale (comme c'était le cas avant la pandémie)?

Base : Tous les répondants (n=1 521)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
La vie reviendra à la normale	8%	6%	12%	7%	5%	7%	4%	9%	9%	6%	6%	8%	8%	8%	-
Cela prendra du temps avant que la vie ne revienne à la normale	62%	61%	62%	62%	60%	55%	66%	65%	57%	63%	61%	65%	57%	58%	+4
La vie ne reviendra jamais à la normale	28%	32%	24%	29%	34%	33%	27%	25%	30%	29%	29%	26%	32%	32%	-4
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	0%	1%	3%	2%	4%	3%	2%	4%	2%	3%	1%	2%	2%	-

RETOUR À LA NORMALE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC121. Croyez-vous qu'après la pandémie, la vie en société au Canada/ aux États-Unis reviendra à la normale, que cela prendra du temps avant que la vie ne revienne à la normale ou que la vie ne reviendra jamais à la normale (comme c'était le cas avant la pandémie)?

Base : Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
La vie reviendra à la normale	8%	14%	6
Cela prendra du temps avant que la vie ne revienne à la normale	62%	52%	10
La vie ne reviendra jamais à la normale	28%	26%	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	2%	8%	6



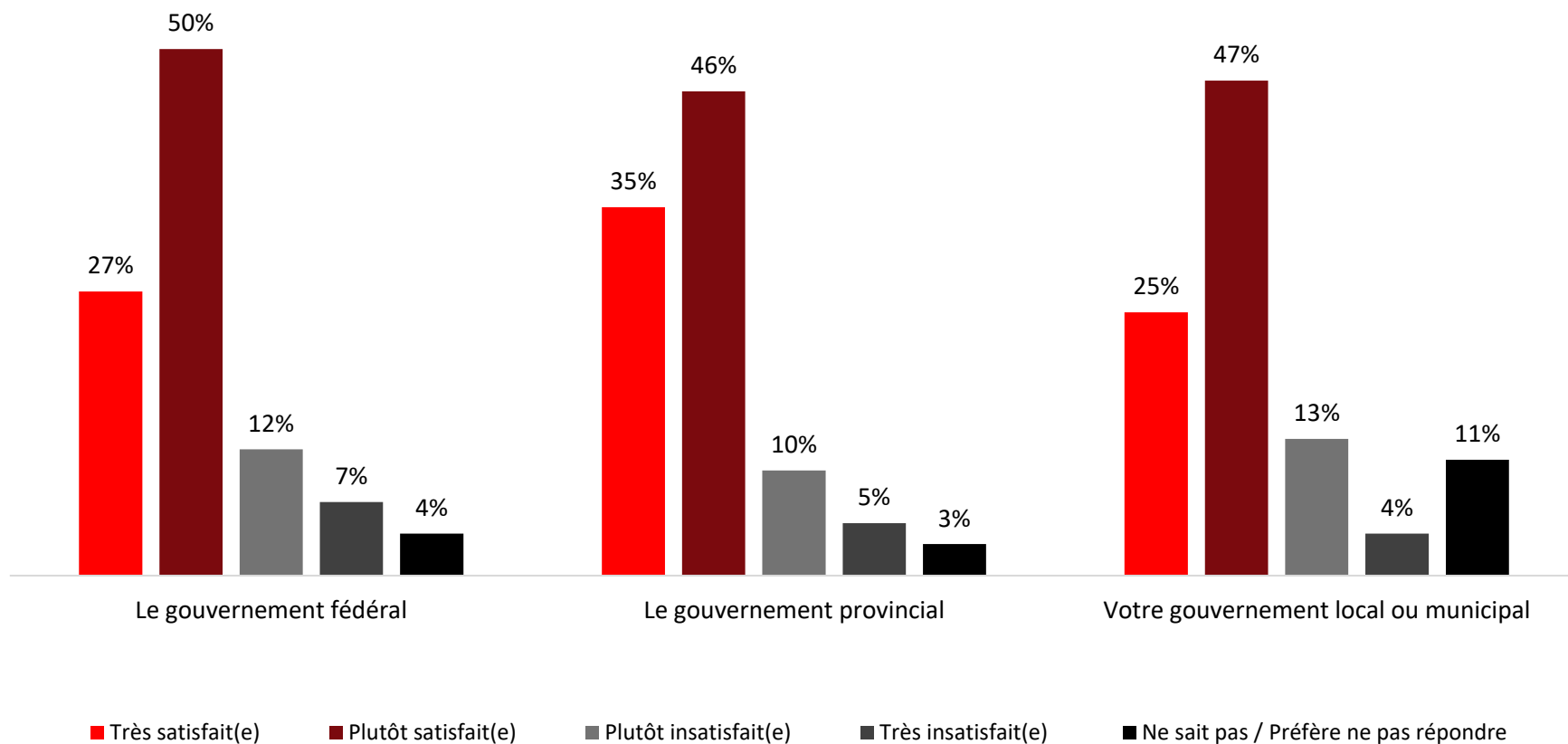
SATISFACTION ENVERS LES GOUVERNEMENTS DURANT LA CRISE



SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants (n=1 521)



SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19 – DÉTAILS

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants (n=1 521)

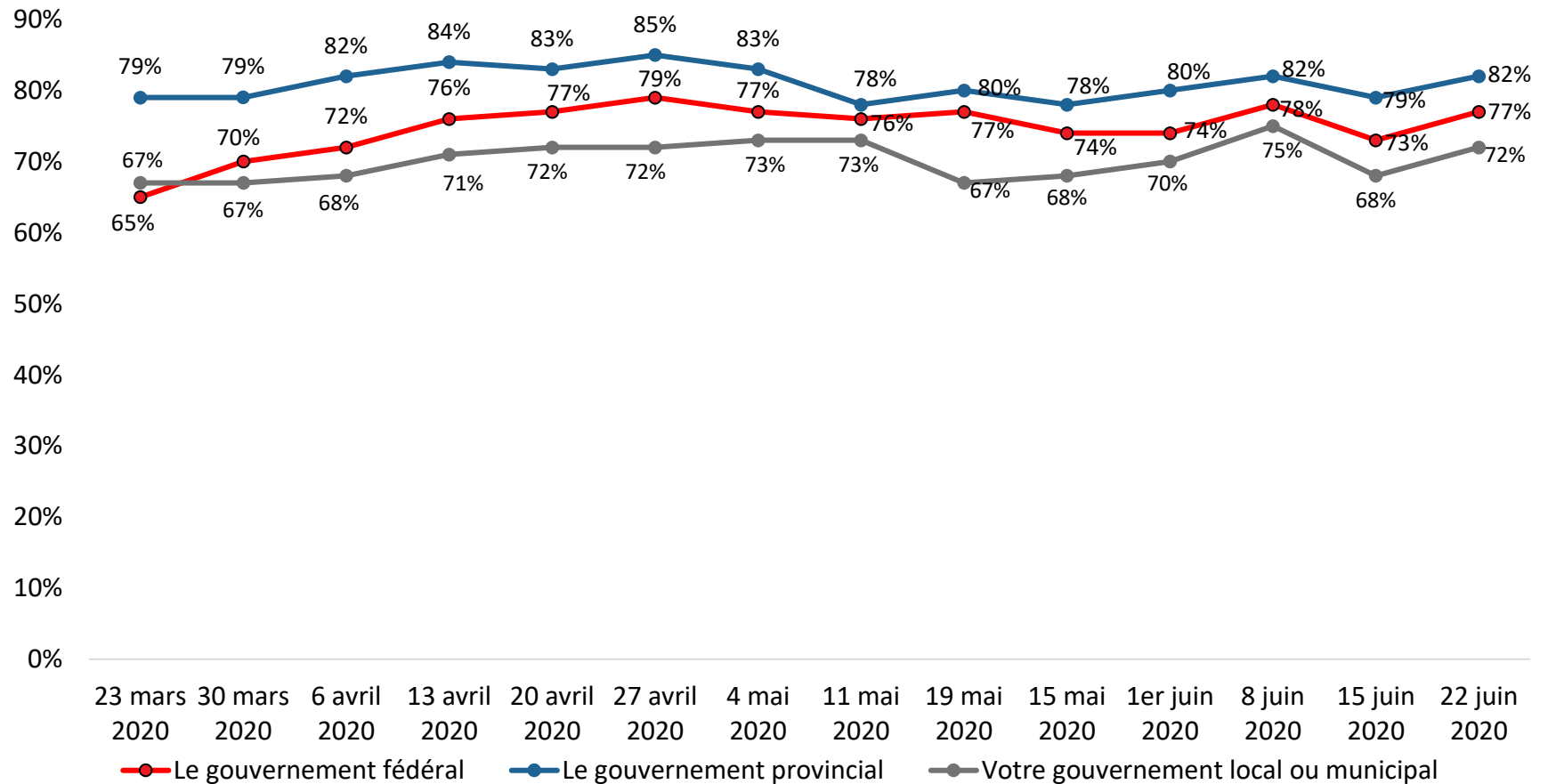
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 15 juin	Écart
n pondéré =	1 521	104	357	584	99	171	206	415	519	588	630	582	296	1 527	
n absolu =	1 521	100	420	601	125	125	150	423	511	587	635	585	288	1 527	
Le gouvernement fédéral															
Total Satisfait	77%	84%	74%	75%	77%	82%	81%	79%	72%	80%	78%	78%	73%	73%	+4
Total Insatisfait	19%	15%	20%	21%	21%	14%	17%	14%	24%	19%	18%	18%	23%	24%	-5
Le gouvernement provincial															
Total Satisfait	82%	82%	76%	78%	77%	80%	91%	77%	78%	88%	80%	83%	82%	79%	+3
Total Insatisfait	15%	17%	18%	17%	20%	19%	9%	18%	19%	11%	16%	15%	15%	18%	-3
Votre gouvernement local ou municipal															
Total Satisfait	72%	69%	66%	74%	70%	78%	76%	68%	69%	78%	72%	75%	67%	68%	+4
Total Insatisfait	17%	19%	15%	19%	17%	15%	17%	16%	20%	15%	19%	14%	19%	20%	-3

SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19 (Évolution)

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants

% Total satisfait présenté



SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19 – DÉTAILS

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants (n=1 521)



François Legault



Doug Ford



Brian Pallister



Scott Moe



Jason Kenney



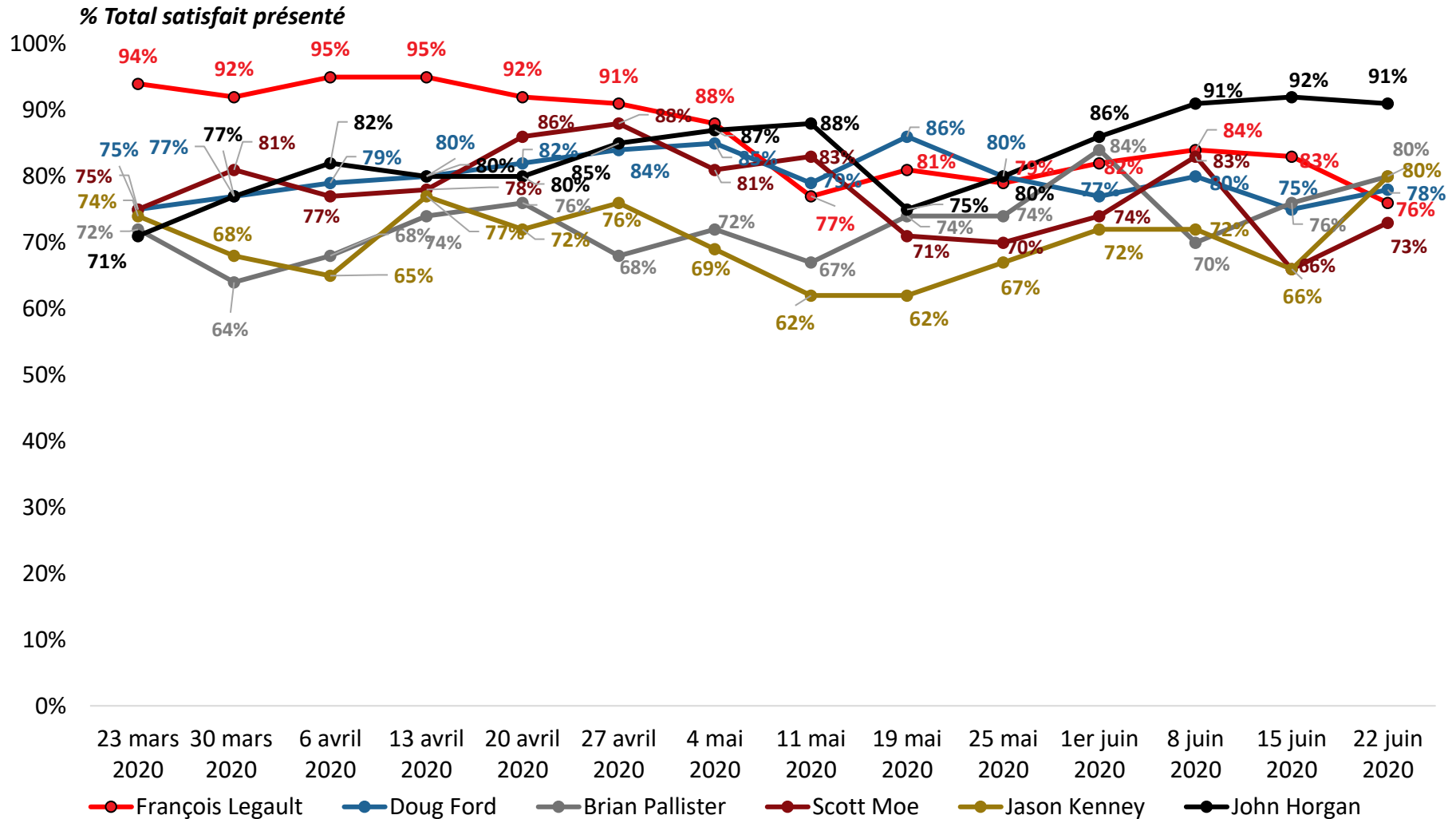
John Horgan

	TOTAL CANADA	Atlantique	Québec	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique
n pondéré =	1 521	104	357	584	54	46	171	206
n absolu =	1 521	100	420	601	58	67	125	150
Total Satisfait	82%	82%	76%	78%	80%	73%	80%	91%
Très satisfait(e)	35%	48%	29%	33%	30%	28%	16%	48%
Plutôt satisfait(e)	46%	34%	47%	45%	50%	44%	64%	43%
Total Insatisfait	15%	17%	18%	17%	17%	25%	19%	9%
Plutôt insatisfait(e)	10%	16%	10%	10%	10%	17%	16%	6%
Très insatisfait(e)	5%	2%	8%	7%	7%	8%	3%	3%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	3%	1%	7%	4%	3%	3%	1%	0%

SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19 (Évolution)

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants



SATISFACTION FACE AUX MESURES MISES EN PLACE POUR COMBATTRE LA COVID-19 – (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC10. À date, à quel point êtes-vous satisfait(e) des mesures mises en place pour combattre la pandémie de la Covid-19 (Coronavirus) qui ont été prises par chacun des intervenants suivants?

Base : Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 521	1 002	
n absolu =	1 521	1 002	
% « Satisfait(e)s » présenté			
Le gouvernement fédéral / Le Président des États-Unis	77%	42%	35
Le gouvernement provincial / Le gouvernement de votre État	82%	63%	19
Votre gouvernement local ou municipal	72%	63%	9

ANNEXES

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Plan échantillonnal

La sélection des participants a été effectuée aléatoirement à partir du panel en ligne de LEO.

Léger possède et exploite un panel Internet incluant plus de 400 000 Canadiens d'un océan à l'autre. Un panel en ligne est constitué d'utilisateurs du Web profilés en fonction de différentes variables sociodémographiques. La majorité des membres du panel de Léger (60%) ont été recrutés au hasard par téléphone au cours des dix dernières années, ce qui le rend hautement similaire à la population canadienne actuelle pour de nombreuses caractéristiques démographiques. De plus, 35% des panélistes ont été recrutés par le biais de programmes d'affiliés, et 5% par le biais de campagnes et de programmes de partenaires.

Pour être admissibles, les répondants devaient avoir 18 ans et plus.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Échantillons pondérés et non pondérés

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des répondants Canadiens, avant et après la pondération.

Province	Non pondéré	Pondéré
Colombie-Britannique	150	207
Alberta	128	171
Manitoba/ Saskatchewan	133	100
Ontario	603	586
Québec	412	358
Atlantique	101	104

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des répondants Américains, avant et après la pondération.

Province	Non pondéré	Pondéré
Nord-Est	210	179
MidWest	187	217
Sud	315	372
Ouest	290	233

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Échantillons pondérés et non pondérés (suite) pour le Canada

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants selon le sexe, l'âge, la langue (langue maternelle).

SEXE	Non pondéré	Pondéré
Homme	766	739
Femme	755	782

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	423	415
Entre 35 et 55 ans	511	519
55 ans et plus	587	588

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	914	1,014
Français	411	316
Autre	196	191

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,0968 et un facteur maximum de pondération de 3,2697. La variance de la pondération est de 0,3606.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Échantillons pondérés et non pondérés (suite) pour les États-Unis

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants selon le sexe et l'âge pour les États-Unis.

SEXE	Non pondéré	Pondéré
Homme	503	487
Femme	501	517

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 29 ans	115	221
Entre 30 et 39 ans	217	221
Entre 40 et 49 ans	154	187
Entre 50 et 64 ans	309	251
65 ans et plus	209	173

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,0968 et un facteur maximum de pondération de 3,2697. La variance de la pondération est de 0,3606.

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.

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

Leger

—
Comprendre le monde



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)