



Rapport

Élections municipales à Montréal

Octobre 2025

Sondage auprès de la population montréalaise



Date: 03/10/2025
Projet: 16811-193



Méthodologie

Nous avons mené un sondage auprès des Montréalais-es afin de mieux comprendre leur point de vue dans le contexte des prochaines élections municipales.

Méthode

Sondage en ligne auprès d'électeur·trice·s de la ville de Montréal. (Échantillon: n=500)

Les répondant·e·s avaient la possibilité de répondre au sondage en anglais ou en français et ont été recruté·e·s de manière aléatoire à partir du panel en ligne LEO.

Pondération

Les résultats ont été pondérés selon **l'âge, le genre, la région, la scolarité et la présence d'enfant dans le foyer** afin de garantir un échantillon représentatif de la population.

Collecte

26 au 30 septembre 2025.

Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus **± 4,4%**, et ce, 19 fois sur 20.

Différences significatives

Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

Données arrondies

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.

Questions

Si vous avez des questions relatives aux données présentées dans ce rapport, veuillez contacter Sébastien Dallaire, Vice-président exécutif Est du Canada, à l'adresse courriel suivante : sdallaire@leger360.com.

Notes

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

La firme de sondage la plus précise au Canada

Cette précision exceptionnelle est le résultat de la qualité de notre panel web LEO (Leger Opinion), qui compte plus de 500 000 membres, et de l'expertise de nos 300 professionnel-le-s repartis au Canada et aux États-Unis.

CANADA 2025

	SONDAGE LÉGER Publié le 26 avril 2025	RÉSULTATS OFFICIELS Élections fédérales au Canada 2025
	43%	43,7%
	39%	41,3%
	8%	6,3%
	6%	6,3%
	2%	1,2%

CANADA 2025-QUÉBEC

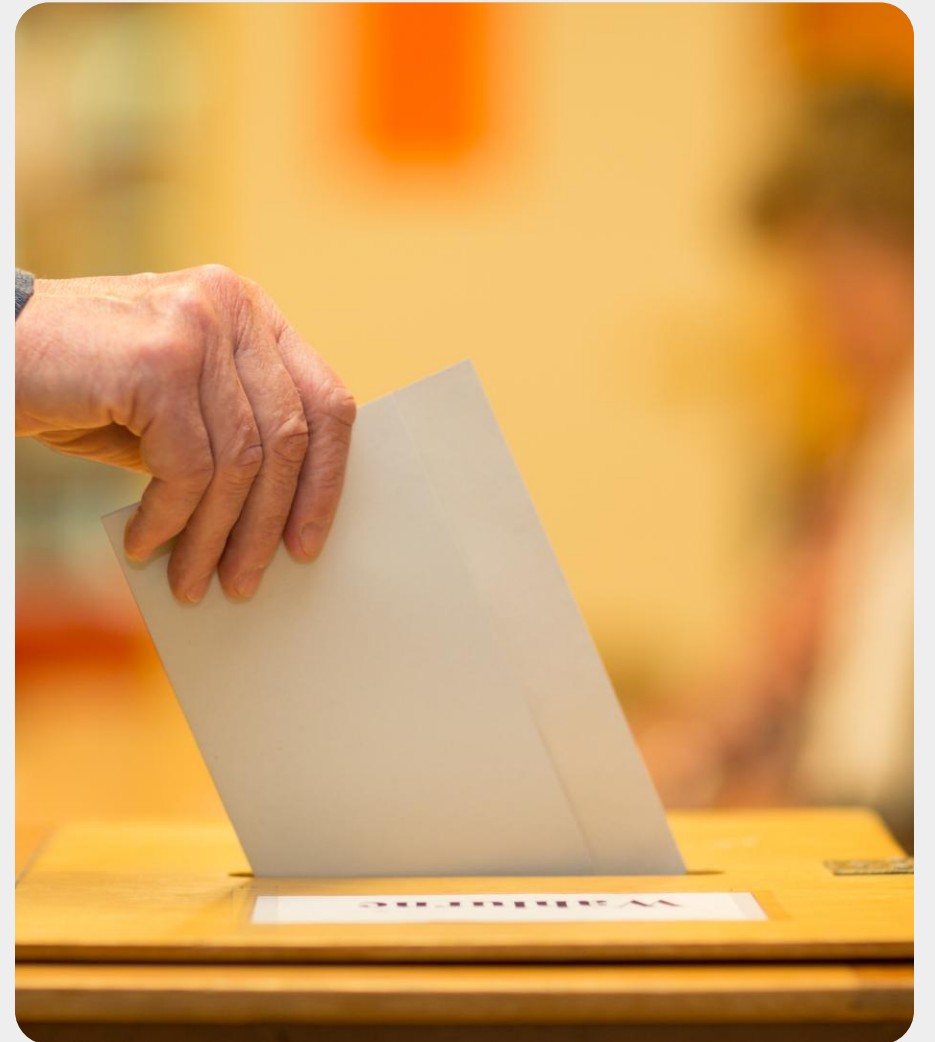
	SONDAGE LÉGER PUBLIÉ LE 26 AVRIL 2025	RÉSULTATS FINAUX ÉLECTION FÉDÉRALE CANADIENNE - QUÉBEC 2025
	42%	42,6%
	26%	27,7%
	24%	23,3%
	5%	4,5%
	2%	0,9%

ÉTATS-UNIS 2024

	SONDAGE LÉGER Publié le 4 novembre 2024	RÉSULTATS OFFICIELS Élections présidentielles américaines 2024
	49%	50%
	49%	48%
	2%	2%

*Leger est classée la firme de sondage la plus précise au Canada par le site www.338Canada.com depuis cinq ans.

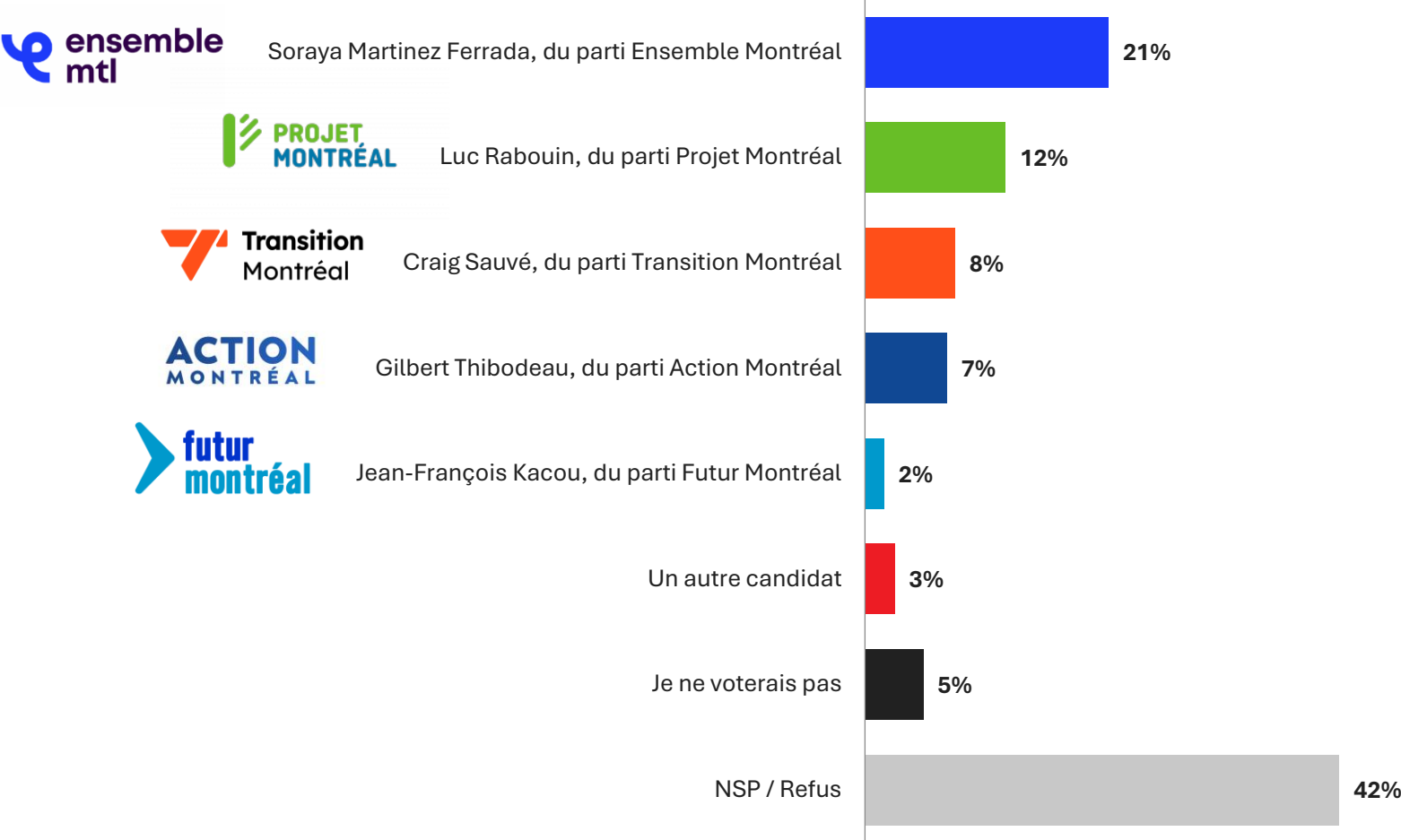
Élections municipales à Montréal



Intentions de vote (1/2)

Q2. Si des élections MUNICIPALES avaient lieu aujourd’hui à Montréal, pour qui auriez-vous l’intention de voter? Serait-ce pour...

Base: L’ensemble des répondant·e·s (n=500)



Intentions de vote (2/2)

Q2. Si des élections MUNICIPALES avaient lieu aujourd’hui à Montréal, pour qui auriez-vous l’intention de voter? Serait-ce pour...

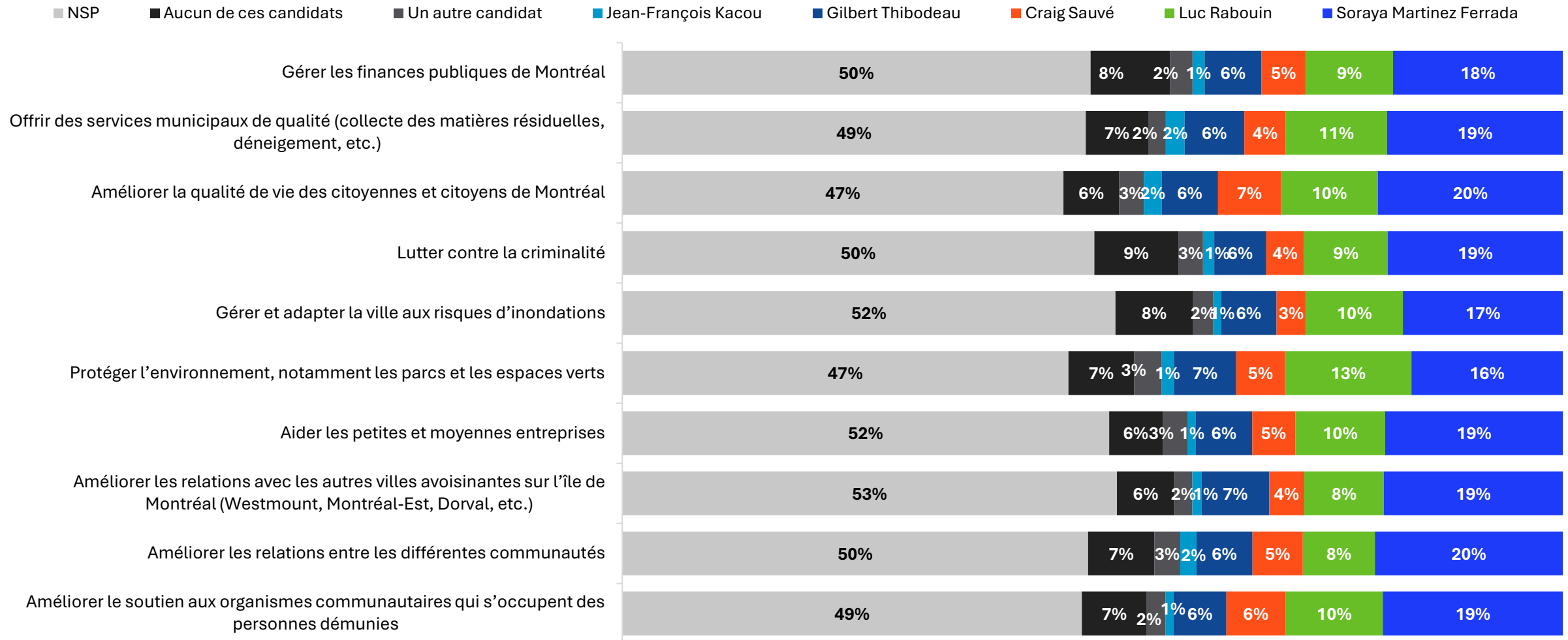
Base: L’ensemble des répondant·e·s (n=500)

	Total	H	F	18-34	35-54	55+	Fr	Ang.	Autres	Est	Ouest	Centre	Périphérique Centre
<i>n absolu=</i>	500	265	235	116	170	214	312	136	52	81	25*	148	246
Soraya Martinez Ferrada, du parti Ensemble Montréal	21%	24%	19%	19%	19%	25%	20%	24%	19%	29%	27%	18%	21%
Luc Rabouin, du parti Projet Montréal	12%	18%	7%	14%	16%	8%	17%	8%	7%	8%	9%	14%	13%
Craig Sauvé, du parti Transition Montréal	8%	7%	8%	8%	9%	7%	8%	9%	4%	3%	4%	13%	6%
Gilbert Thibodeau, du parti Action Montréal	7%	11%	4%	6%	9%	6%	8%	7%	5%	11%	0%	5%	8%
Jean-François Kacou, du parti Futur Montréal	2%	2%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	2%	0%	2%	1%	3%
Un autre candidat	3%	2%	3%	1%	5%	2%	2%	2%	7%	5%	0%	2%	3%
Je ne voterais pas	5%	6%	4%	8%	5%	3%	5%	6%	5%	7%	7%	3%	5%
NSP / Refus	42%	30%	53%	41%	36%	48%	39%	42%	51%	37%	52%	43%	41%

Perception du meilleur parti pour s'occuper des dossiers à Montréal

QENJEU2. Selon vous, lequel des partis politiques à Montréal serait le meilleur pour s'occuper des dossiers suivants?

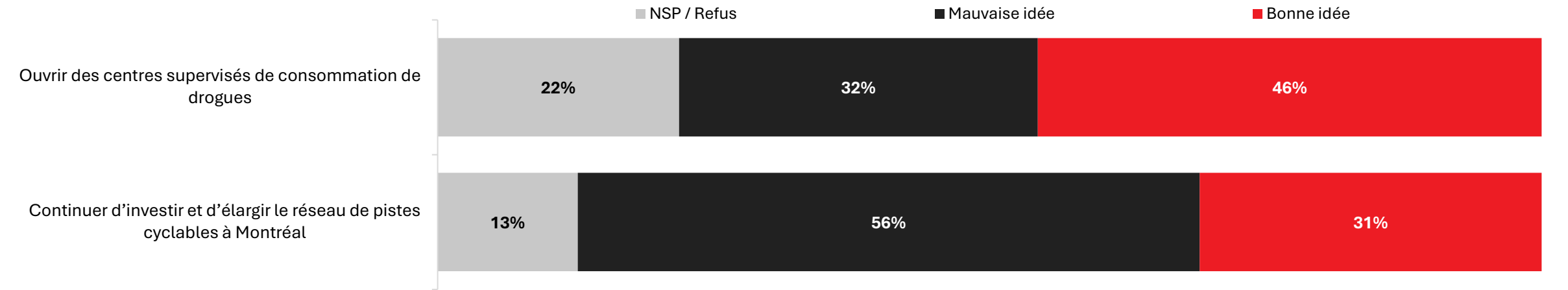
Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=500)



Opinion sur diverses mesures à Montréal

Q7. Trouvez-vous que ces mesures sont de bonnes ou de mauvaises idées pour la ville de Montréal?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=500)

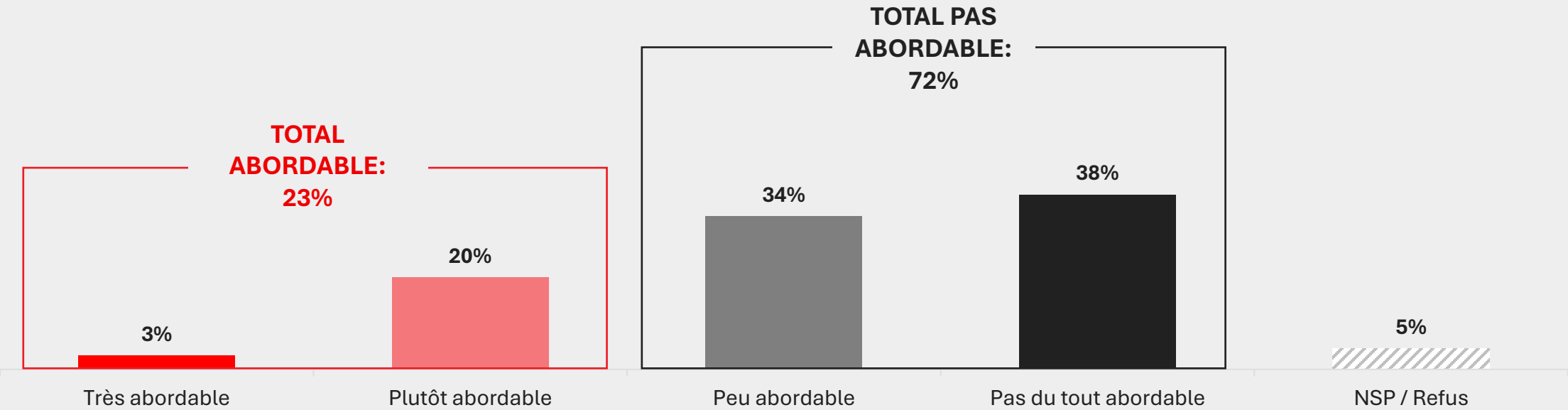


		Intentions de vote															
		ensemble mtl PROJET MONTRÉAL Transition Montréal ACTION MONTRÉAL															
% BONNE IDÉE PRÉSENTÉE	Total	H	F	18-34	35-54	55+	Fr	Ang.	Autres	Est	Ouest	Centre	Péri. Centre	Martinez Ferrada	Rabouin	Sauvé	Thibodeau
n absolu=	500	265	235	116	170	214	312	136	52	81	25*	148	246	120	74	37	35
Ouvrir des centres supervisés de consommation de drogues	46%	43%	48%	48%	49%	40%	51%	44%	32%	41%	29%	51%	45%	51%	58%	59%	40%
Continuer d'investir et d'élargir le réseau de pistes cyclables à Montréal	31%	32%	30%	42%	34%	17%	34%	27%	33%	23%	16%	40%	30%	27%	66%	51%	20%

Perception de l'abordabilité à Montréal comparativement à d'autres villes (1/2)

Q8B. Comparativement à d'autres villes, diriez-vous que le coût des propriétés ou des loyers à Montréal est très, plutôt, peu ou pas du tout abordable?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=500)



Perception de l’abordabilité à Montréal comparativement à d’autres villes (2/2)

Q8B. Comparativement à d’autres villes, diriez-vous que le coût des propriétés ou des loyers à Montréal est très, plutôt, peu ou pas du tout abordable?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=500)

Intentions de vote

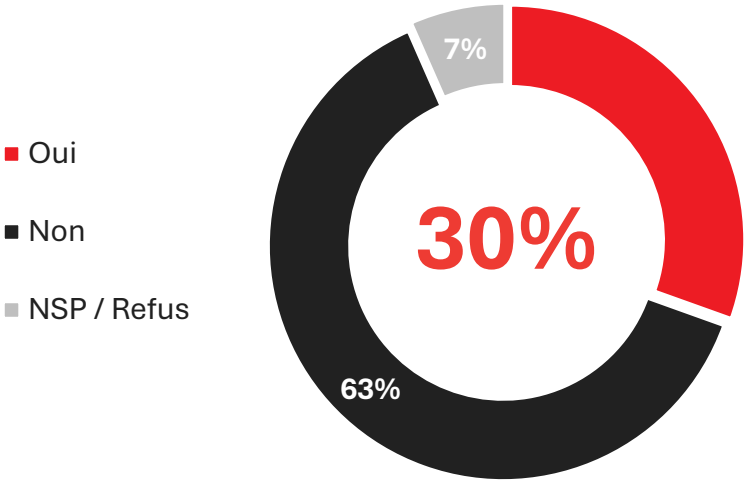


	Total	H	F	18-34	35-54	55+	Fr	Ang.	Autres	Est	Ouest	Centre	Péri. Centre	Martinez Ferrada	Rabouin	Sauvé	Thibodeau
<i>n absolu=</i>	500	265	235	116	170	214	312	136	52	81	25*	148	246	120	74	37	35
TOTAL ABORDABLE	23%	29%	18%	23%	26%	21%	13%	31%	37%	22%	19%	29%	20%	28%	31%	19%	31%
Très abordable	3%	5%	1%	3%	5%	2%	2%	3%	7%	1%	0%	4%	3%	7%	1%	1%	4%
Plutôt abordable	20%	23%	17%	20%	21%	20%	11%	28%	29%	21%	19%	25%	17%	22%	30%	18%	28%
TOTAL PAS ABORDABLE	72%	68%	76%	69%	72%	75%	83%	64%	57%	71%	81%	69%	74%	69%	67%	81%	69%
Peu abordable	34%	34%	33%	25%	39%	36%	33%	33%	38%	34%	30%	33%	34%	34%	41%	35%	25%
Pas du tout abordable	38%	34%	43%	44%	33%	39%	50%	31%	19%	37%	51%	36%	40%	36%	26%	46%	43%
NSP / Refus	5%	3%	6%	8%	2%	4%	4%	5%	6%	7%	0%	2%	6%	2%	2%	0%	0%

Importance de la protection du français

Q9. Est-ce que la protection du français devrait être un enjeu prioritaire ou non lors de la campagne électorale municipale à Montréal?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=500)



Intentions de vote

ensemble mtl

PROJET MONTRÉAL

Transition Montréal

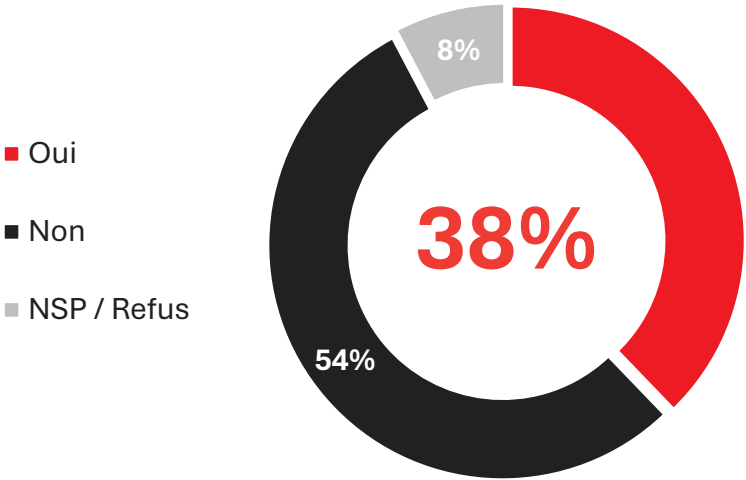
ACTION MONTRÉAL

	Total	H	F	18-34	35-54	55+	Fr	Ang.	Autres	Est	Ouest	Centre	Péri. Centre	Martinez Ferrada	Rabouin	Sauvé	Thibodeau
<i>n absolu=</i>	500	265	235	116	170	214	312	136	52	81	25*	148	246	120	74	37	35
Oui, cela devrait être un enjeu prioritaire	30%	34%	27%	24%	35%	32%	52%	12%	10%	34%	13%	27%	34%	32%	31%	30%	53%
Non, cela ne devrait pas être un enjeu prioritaire	63%	60%	66%	65%	61%	62%	42%	82%	81%	62%	87%	70%	56%	63%	63%	70%	47%
NSP / Refus	7%	6%	7%	11%	3%	6%	7%	6%	9%	4%	0%	3%	11%	5%	6%	0%	0%

Importance de la protection des droits de la communauté anglophone

Q10. Est-ce que la protection des droits de la communauté anglophone devrait être un enjeu prioritaire ou non lors de la campagne électorale municipale à Montréal?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=500)



Intentions de vote																	
	Total	H	F	18-34	35-54	55+	Fr	Ang.	Autres	Est	Ouest	Centre	Péri. Centre	Martinez Ferrada	Rabouin	Sauvé	Thibodeau
n absolu=	500	265	235	116	170	214	312	136	52	81	25*	148	246	120	74	37	35
Oui, cela devrait être un enjeu prioritaire	38%	36%	39%	26%	43%	43%	10%	63%	60%	39%	60%	43%	31%	45%	32%	52%	27%
Non, cela ne devrait pas être un enjeu prioritaire	54%	57%	52%	63%	51%	50%	80%	30%	37%	58%	36%	51%	58%	52%	61%	47%	69%
NSP / Refus	8%	7%	8%	11%	5%	7%	10%	7%	3%	4%	4%	6%	11%	3%	8%	1%	5%

Profil des répondant·e·s

Profil des répondant·e·s

(Base n=500)

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition des répondant·e·s, avant et après la pondération.

Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	265	244
Femme	234	256

Région

	Non-pondéré	Pondéré
Est	81	87
Ouest	25	24
Centre	148	165
Périphérique Centre	246	224

Langue maternelle

	Non-pondéré	Pondéré
Français	312	235
Anglais	136	196
Autres	52	69

Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34 ans	116	159
35 à 54 ans	170	166
55 ans et plus	214	175

Scolarité

	Non-pondéré	Pondéré
École primaire/secondaire	91	115
Études collégiales	129	177
Études universitaires	279	207

Présence d'enfants

	Non-pondéré	Pondéré
Oui	120	106
Non	378	393

Profil des répondant·e·s

(Base n=500)

Les tableaux ci-dessous présentent les regroupements des arrondissements de la région Montréal.

Secteur de résidence

Périphérique Centre

- Mercier-Hochelaga-Maisonneuve
- Rosemont-La Petite-Patrie
- Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension
- Ahuntsic-Cartierville
- Lasalle
- Saint-Laurent
- Lachine

Centre

- Ville-Marie
- Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce
- Sud-Ouest
- Le Plateau-Mont-Royal
- Verdun
- Outremont

Est

- Montréal-Nord
- Rivière-des-Praires-Pointe-aux-Trembles
- Saint-Léonard
- Anjou

Ouest

- Pierrefonds-Roxboro
- L'Île-Bizard-Sainte-Geneviève

Notre engagement qualité



Canada

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.



Europe

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.



Amérique

Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



International

Léger est membre du [Worldwide Independent Network of Market Research \(WIN\)](#), une alliance mondiale de sociétés d'études de marché et de sondages indépendantes de premier plan qui collaborent pour partager leur expertise, leurs méthodologies et leurs connaissances sur divers marchés.

Nos services

Léger

Recherche marketing et sondages

Expérience client (CX)

Services de conseil stratégique et opérationnel pour l'expérience client

Léger Analytique (LEA)

Modélisation et analyse de données

Léger Opinion (LEO)

Gestion de panel

Communautés Léger

Gestion de communautés en ligne

Léger DGTL

Stratégie digitale et expérience utilisateur

Recherche internationale

Worldwide Independent Network (WIN)

300

Employé·e·s

185

Consultant·e·s

8

Bureaux

MONTREAL | QUEBEC |
TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY |
VANCOUVER | NEW YORK



L'intelligence des données

leger360.com