



TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Le 5er

ÉDITION DU
26 Août 2024

LA PRESSE CANADIENNE

Méthodologie



Méthode

Sondage en ligne auprès des répondants âgés de 18 ans ou plus. (Échantillon canadien: n= 1 602/ Échantillon américain: n= 1 032).

Les répondants avaient la possibilité de répondre au sondage en anglais ou en français et ont été recrutés de manière aléatoire à partir du panel en ligne de LEO.



Collecte

23 au 25 août 2024



Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus $\pm 2.45\%$, (19 fois sur 20) pour l'échantillon canadien et de $\pm 3.05\%$, (19 fois sur 20) pour l'échantillon américain.



Pondération

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

Méthodologie



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 Andrew Enns, Vice-président exécutif à l'adresse courriel suivante: aenns@leger360.com

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe

Méthodologie

Léger est la firme de sondage ayant présenté les données le plus précises, en moyenne, au cours des dix dernières années au Canada. Au cours de la dernière élection fédérale de 2021, Léger a encore une fois été **la firme la plus précise au pays**. Cette précision provient de la qualité du panel LEO et de l'application de règles méthodologiques rigoureuses par les 600 employés de Léger, dont 200 professionnels répartis aux 8 bureaux de Léger au Canada (Montréal, Toronto, Québec, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver) et aux États-Unis (Nw-York)

L'agrégateur de sondages 338Canada.com donné la meilleure note à Léger parmi toutes les firmes de sondages du Canada pour la précision de ses études. Voir <https://338canada.com/pollster-ratings.htm>.

ÉLECTIONS FÉDÉRALES CANADA 2021



SONDAGE LÉGER

Publié dans Le Journal de Montréal
et National Post/Postmedia
le 18 septembre 2021

33%

32%

19%

7%

6%

2%

RÉSULTATS OFFICIELS

Élections fédérales Canada 2021*

33.7%

32.6%

17.8%

7.7%

5.0%

2.3%

Faits saillants

Chaque mois, nous menons une enquête auprès des Canadiens et des Américains pour connaître leur point de vue sur l'économie et leurs finances. Ce mois-ci, notre enquête a été menée entre le 23 et le 25 août 2024.

Parmi les principaux faits saillants de notre sondage sur l'économie...

- L'enquête révèle que **61%** des Canadiens considèrent que les finances de leur ménage sont en bon état, **8%** les qualifiant de très bonnes et **52%** les qualifiant de bonnes. Les Québécois (**70%**) et les Canadiens âgés de 55 ans et plus (**69%**) sont plus nombreux à considérer leurs finances comme étant en bon état.
- Plus du tiers des Canadiens (**36%**) qui ont actuellement un travail craignent de perdre leur emploi au cours des douze prochains mois. Cette crainte est significativement plus élevée chez les Canadiens âgés de 18 à 34 ans (**46%**).
- De plus, **47%** des Canadiens déclarent vivre d'un chèque de paie à l'autre. Cette proportion augmente à 58% chez les Canadiens âgés de 35 à 54 ans. Aux États-Unis, ce sont plus de la moitié des Américains (**56%**) qui vivent d'une paie à l'autre.
- Près de six Canadiens sur dix (**58%**) pensent que le pays est actuellement en récession économique.



RAPPORT

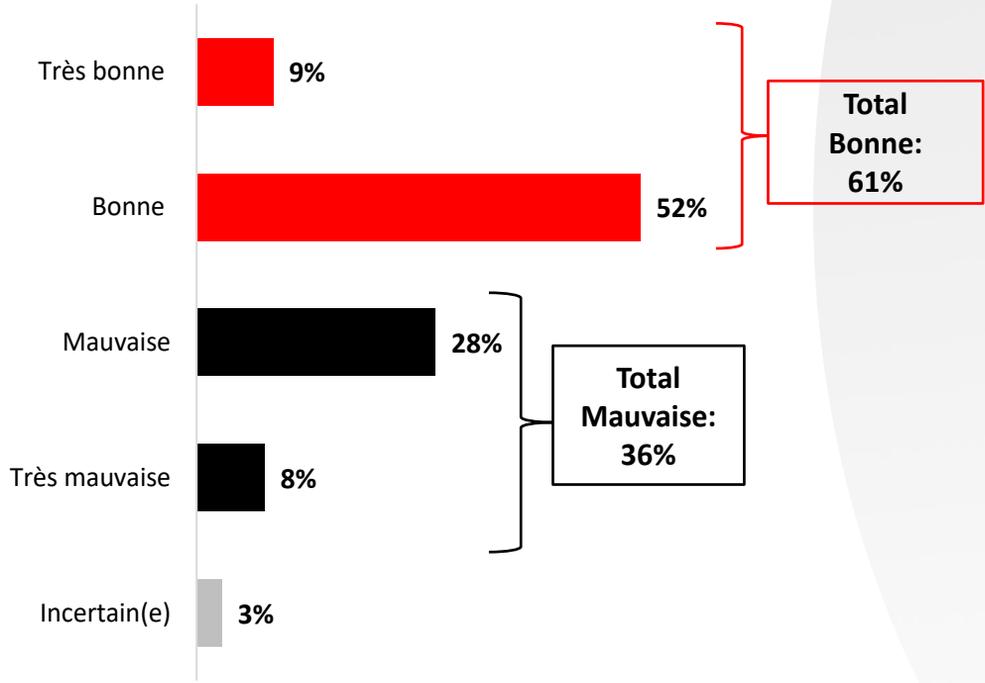
État de l'économie



État des finances du ménage (1/3)

Q4. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants (n=1 602)



État des finances du ménage (2/3)

Q4. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants

	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Juillet 2024	Écart
n pondéré =	1 602	108	370	621	103	177	223	781	821	428	515	660	680	618	296	1 601	
n absolu =	1 602	105	430	621	134	142	170	781	821	424	435	743	712	583	299	1 601	
Total Bonne	61%	57%	70%	57%	58%	52%	68%	61%	60%	62%	49%	69%	60%	63%	61%	59%	+2
Très bonne	9%	7%	12%	8%	4%	4%	13%	10%	8%	8%	6%	11%	9%	9%	8%	8%	+1
Bonne	52%	50%	58%	49%	55%	48%	55%	51%	53%	54%	43%	59%	51%	53%	53%	52%	-
Total Mauvaise	36%	39%	27%	40%	39%	45%	29%	36%	36%	33%	48%	28%	35%	35%	39%	37%	-1
Mauvaise	28%	32%	20%	30%	31%	38%	24%	27%	29%	25%	38%	23%	25%	29%	32%	28%	-
Très mauvaise	8%	8%	7%	10%	8%	7%	5%	9%	7%	9%	11%	6%	10%	6%	6%	9%	-1
Incertain(e)	3%	3%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	4%	5%	3%	2%	5%	2%	1%	3%	-

État des finances du ménage (3/3)

Q4. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants

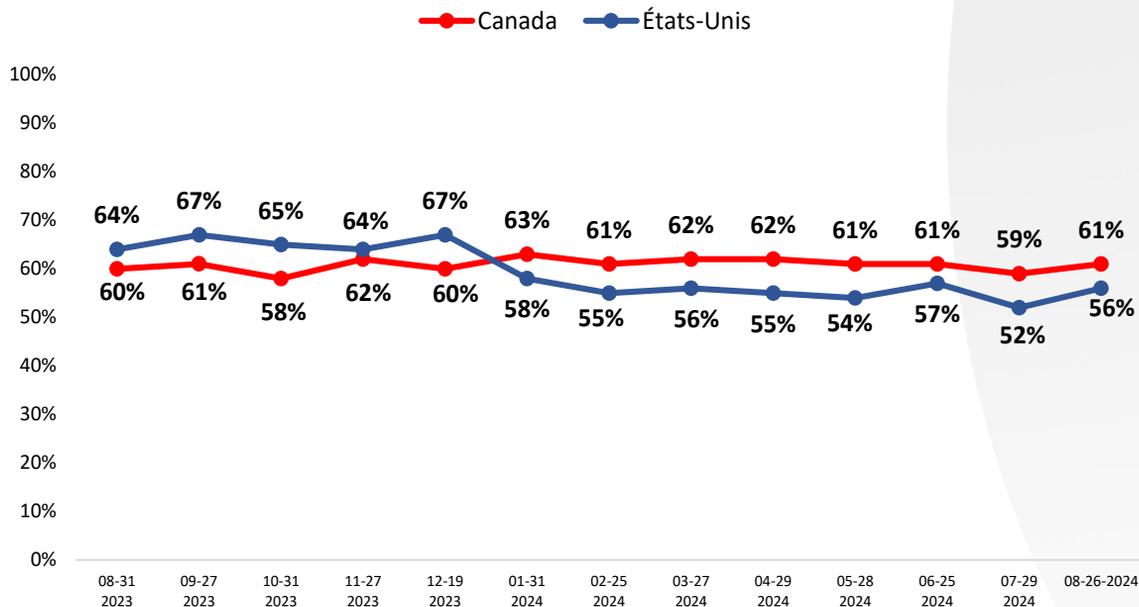
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 602	1 032	
n absolu =	1 602	1 032	
Total Bonne	61%	56%	5
Très bonne	9%	13%	4
Bonne	52%	43%	9
Total Mauvaise	36%	41%	5
Mauvaise	28%	28%	-
Très mauvaise	8%	12%	4
Incertain(e)	3%	4%	1

État des finances du ménage - Évolution

Q4. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants

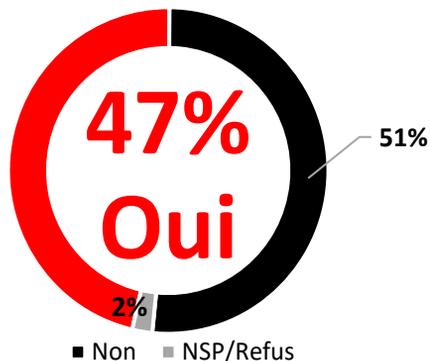
% Total Bonne présenté



Vivre de paie en paie (1/2)

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants (n=1 602)



	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Juillet 2024	Écart
n pondéré =	1 602	108	370	621	103	177	223	781	821	428	515	660	680	618	296	1 601	
n absolu =	1 602	105	430	621	134	142	170	781	821	424	435	743	712	583	299	1 601	
Oui	47%	63%	35%	51%	45%	56%	38%	45%	48%	47%	58%	37%	45%	47%	49%	46%	+1
Non	51%	36%	62%	46%	53%	41%	61%	53%	50%	49%	39%	62%	52%	51%	50%	52%	-1
NSP/Refus	2%	1%	2%	3%	2%	4%	1%	2%	2%	4%	2%	1%	3%	2%	1%	2%	-

Vivre de paie en paie (2/2)

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants

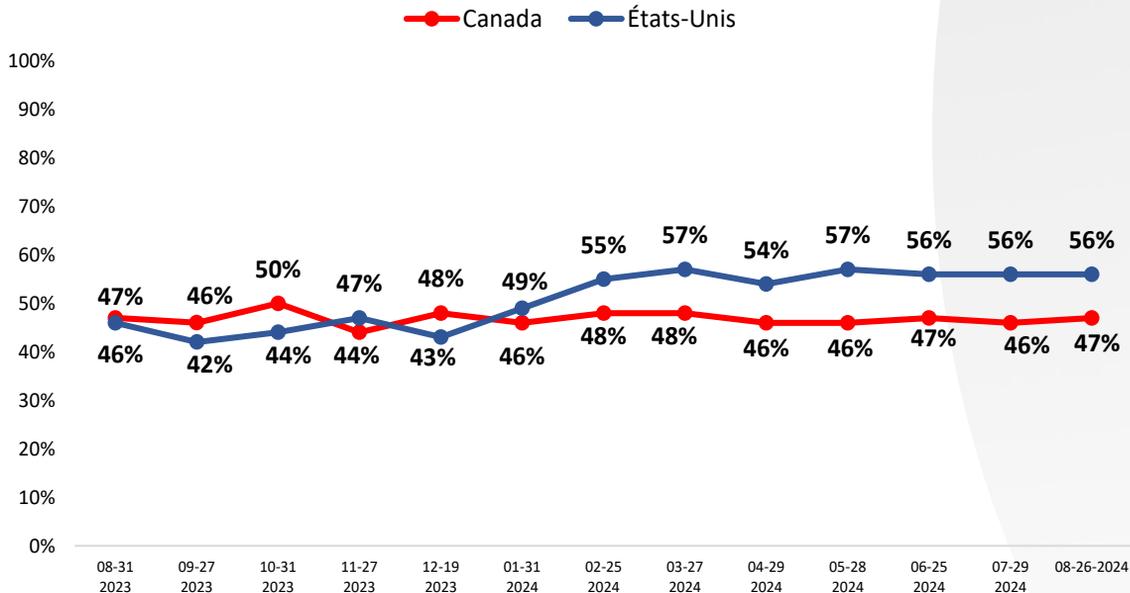
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 602	1 032	
n absolu =	1 602	1 032	
Oui	47%	56%	9
Non	51%	39%	12
NSP/Refus	2%	5%	3

Vivre de paie en paie - Évolution

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants

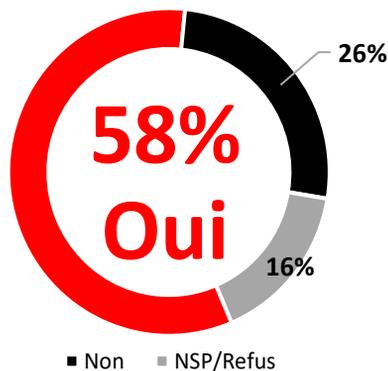
% Oui Présenté



Récession économique au pays (1/2)

Q1. Croyez-vous que le Canada est actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants (n=1 602)



	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Juillet 2024	Écart
n pondéré =	1 602	108	370	621	103	177	223	781	821	428	515	660	680	618	296	1 601	
n absolu =	1 602	105	430	621	134	142	170	781	821	424	435	743	712	583	299	1 601	
Oui	58%	66%	51%	61%	59%	62%	55%	57%	59%	64%	64%	49%	56%	59%	60%	57%	+1
Non	26%	22%	31%	26%	23%	22%	25%	31%	22%	17%	22%	36%	27%	27%	25%	28%	-2
NSP/Refus	16%	12%	18%	13%	18%	16%	20%	12%	19%	19%	14%	15%	17%	15%	15%	16%	-

Récession économique au pays (2/2)

Q1. Croyez-vous que le Canada/les États-Unis est/sont actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants

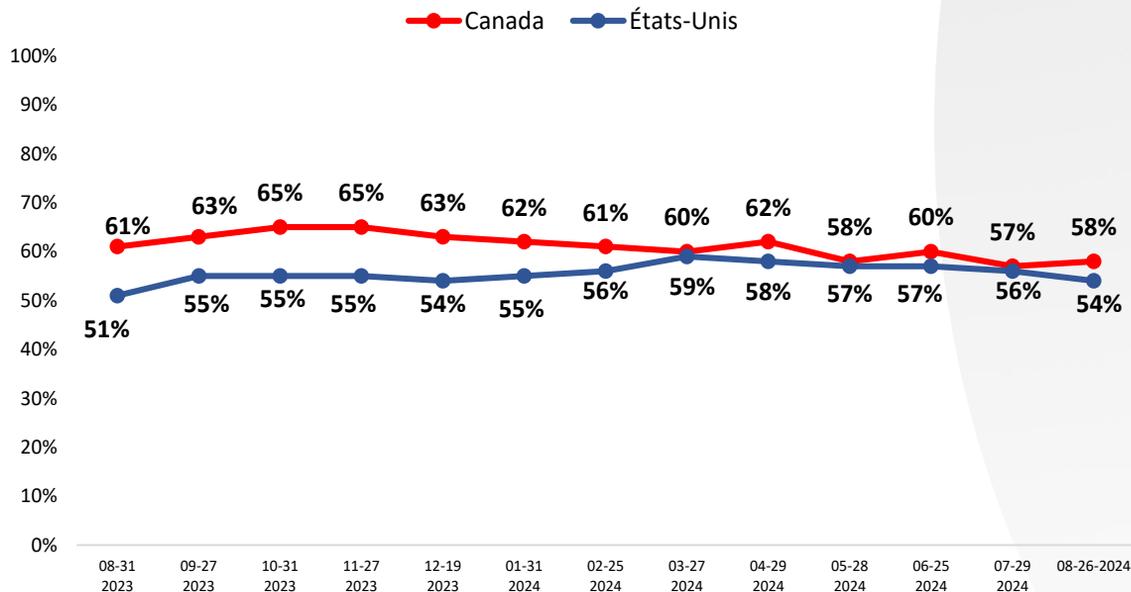
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 602	1 032	
n absolu =	1 602	1 032	
Oui	58%	54%	4
Non	26%	28%	2
NSP/Refus	15%	18%	3

Récession économique au pays - *Évolution*

Q1. Croyez-vous que le Canada/les États-Unis est/sont actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants

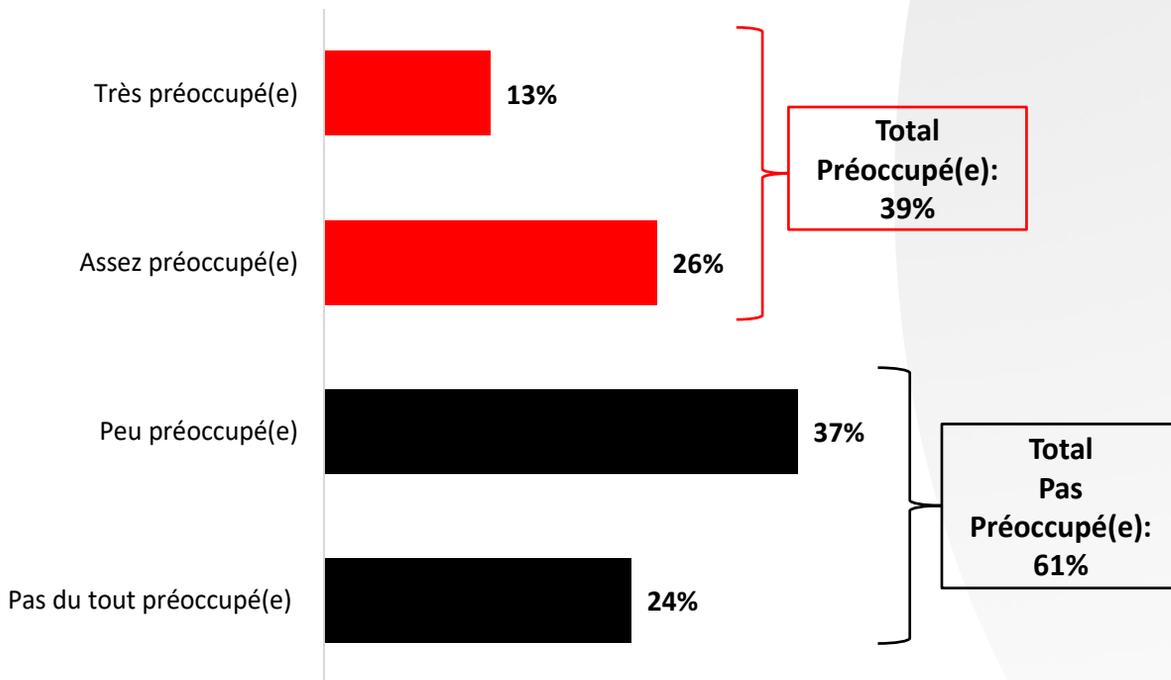
% Oui Présenté



Crainte de perdre son emploi (1/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi (n=813)



Crainte de perdre son emploi (2/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi

	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Juillet 2024	Écart
n pondéré =	849	54	194	333	51	102	116	438	411	319	377	154	379	320	146	839	
n absolu =	813	57	237	316	70	63	70	430	383	315	332	166	379	290	140	852	
Total Préoccupé(e)	39%	51%	22%	46%	37%	46%	37%	42%	36%	46%	38%	30%	41%	39%	35%	36%	+3
Très préoccupé(e)	13%	14%	7%	18%	10%	17%	6%	13%	13%	12%	15%	8%	15%	13%	6%	11%	+2
Assez préoccupé(e)	26%	37%	16%	28%	26%	29%	32%	29%	24%	33%	23%	21%	26%	26%	28%	24%	+2
Total Pas préoccupé(e)	61%	49%	78%	54%	63%	54%	63%	58%	64%	54%	62%	70%	59%	61%	65%	64%	-3
Peu préoccupé(e)	37%	22%	40%	36%	32%	44%	38%	38%	36%	37%	36%	39%	39%	34%	38%	38%	-1
Pas du tout préoccupé(e)	24%	27%	38%	18%	31%	10%	25%	20%	28%	17%	26%	32%	20%	27%	27%	27%	-3

Crainte de perdre son emploi (3/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi

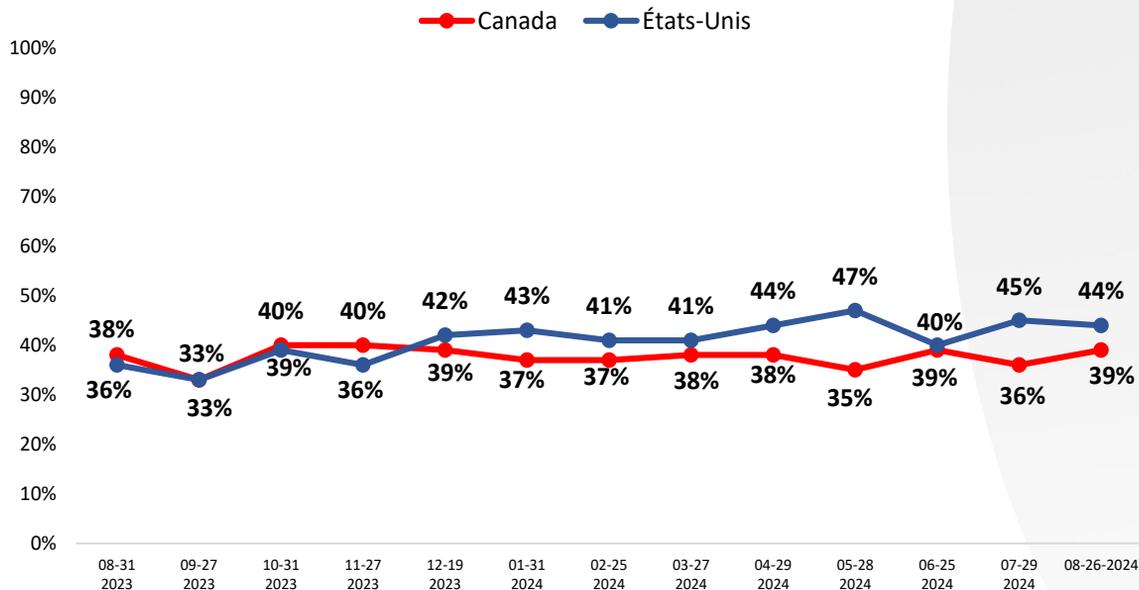
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	847	522	
n absolu =	813	525	
Total Préoccupé(e)	39%	44%	5
Très préoccupé(e)	13%	20%	7
Assez préoccupé(e)	27%	25%	2
Total Pas Préoccupé(e)	61%	56%	5
Peu préoccupé(e)	37%	29%	8
Pas du tout préoccupé(e)	24%	27%	3

Crainte de perdre son emploi – Évolution

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi

% Total Préoccupé(e) présenté



Rapport

Profil des répondants



Échantillon pondéré et non-pondéré (1/3)

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

	Non pondéré	Pondéré
Province	1 602	1 602
Colombie-Britannique	170	223
Alberta	142	177
Manitoba/ Saskatchewan	134	103
Ontario	621	621
Québec	430	370
Atlantique	105	108

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

	Non pondéré	Pondéré
Région USA	1 032	1 032
Nord-Est	200	181
Midwest	210	213
Sud	380	393
Ouest	242	244

Échantillon pondéré et non-pondéré (2/3)

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

	Non pondéré	Pondéré
Genre	1 602	1 602
Homme	781	781
Femme	821	821
Âge	1 602	1 602
18 à 34 ans	424	428
35 à 54 ans	435	515
55 ans et +	743	660
Langue (Langue maternelle)	1 602	1 602
Anglais	1 033	1 133
Français	417	316
Autre	152	152

Échantillon pondéré et non-pondéré (3/3)

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

	Non pondéré	Pondéré
Genre	1 032	1 032
Homme	509	506
Femme	523	526
Âge	1 032	1 032
Entre 18 et 34 ans	306	339
Entre 34 et 54 ans	298	282
55+	428	412

Nos services

- **Léger**
Recherche marketing et sondages
- **Expérience client (CX)**
Services-conseils stratégiques et opérationnels en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analytique et modélisation des données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communautés**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger DGTL**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | NEW YORK

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.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.