

Tracking Tarifs de Trump



Méthodologie

Chaque semaine durant cette période tumultueuse, nous menons un sondage auprès des Canadiens et des Américains afin d'explorer leurs perceptions de l'économie et de leurs finances.

Méthode

Sondage en ligne auprès des répondants âgés de 18 ans ou plus. (Échantillon canadien: **n= 1 534**, Échantillon américain: **n= 1 007**).

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.

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.

Collecte

21 au 23 février, 2025.

Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus **±2,50%**, (19 fois sur 20) pour l'échantillon canadien et de **±3,08%**, (19 fois sur 20) pour l'échantillon américain.

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 ou Sébastien Dallaire, Vice-président exécutif Est du Canada au sdallaire@leger360.com.

Notes

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

La firme de sondage **la plus précise** au Canada

CANADA 2021

SONDAGE LÉGER
Publié le
18 septembre 2021

RÉSULTATS OFFICIELS
Élections fédérales
au Canada 2021

	33%	33,7%
	32%	32,6%
	19%	17,8%
	7%	7,7%
	6%	5,0%
	2%	2,3%

COLOMBIE-BRITANNIQUE 2024

SONDAGE LÉGER
Publié le
18 octobre 2024

RÉSULTATS OFFICIELS
Élections provinciales
en Colombie-Britannique 2024

	46%	45%
	42%	43%
	9%	8%
Others	3%	4%

ÉTATS-UNIS 2024

SONDAGE LÉGER
Publié le
4 novembre 2024

RÉSULTATS OFFICIELS
Élections présidentielles
américaines 2024

	49%	50%
	49%	48%
Autres	2%	2%

Faits saillants (1/2)

Voici quelques **faits saillants** de notre sondage...

1

La majorité des Canadiens (83 %) sont préoccupés par le fait que le président Trump puisse utiliser des mesures telles que les tarifs et les sanctions commerciales pour pousser le Canada vers une relation économique plus étroite et plus formelle avec les États-Unis. En réponse, 73 % soutiennent une politique où le gouvernement du Canada répliquerait dollar pour dollar les tarifs imposés par les États-Unis. Le soutien est plus élevé chez les électeurs libéraux (91 %).

2

En revanche, seulement un tiers (33 %) des Américains sont favorables à l'imposition de tarifs sur les produits importés du Canada par l'administration Trump, et la moitié (49 %) estime que cela aura un impact négatif sur l'économie des États-Unis. De plus en plus d'Américains soutiennent désormais l'imposition de tarifs sur d'autres pays, notamment la Chine. La moitié des Américains (50 %) sont favorables à l'imposition de tarifs sur la Chine, soit une augmentation de 6 points depuis la semaine dernière.

3

Les deux tiers des Canadiens ont réduit leurs achats de produits américains, tant en magasin (66 %) qu'en ligne (63 %). De plus, 70 % déclarent avoir augmenté leurs achats de produits fabriqués au Canada, soit une augmentation de 2 points depuis la semaine dernière.

4

Plus de huit Canadiens sur dix (84 %) estiment que les prix à la consommation ont augmenté au cours des dernières semaines, soit une hausse de 4 points depuis la semaine dernière.

5

Les Canadiens ont des opinions partagées sur les États-Unis : 27 % les considèrent comme un ennemi, 31 % comme un allié et 27 % comme un pays neutre. Les électeurs conservateurs sont plus susceptibles de voir les États-Unis comme un allié (48 %). D'un autre côté, une majorité d'Américains (56 %) considèrent le Canada comme un allié.

Faits saillants (2/2)

Voici quelques **faits saillants** de notre sondage...

6

Presque deux tiers des Canadiens considèrent que leurs finances personnelles sont en bonne santé (63 %), avec 9 % les jugeant très bonnes et 54 % bonnes. En comparaison, 55 % des Américains estiment que leurs finances sont bonnes.

7

42 % des Canadiens actuellement employés craignent de perdre leur emploi au cours des 12 prochains mois. Cela représente une augmentation de 3 points depuis le mois dernier et de 6 points depuis janvier 2025.

8

De plus, 44 % des Canadiens déclarent vivre d'un chèque de paie à l'autre. Cette proportion est encore plus élevée chez les Américains, avec 57 % des répondants affirmant être dans cette situation.

9

La moitié des Canadiens (53 %) pensent que le pays est en récession économique, une augmentation de 3 points depuis la semaine dernière. Cette proportion est plus faible aux États-Unis (49 %).

Réaction aux tarifs sur
les importations
canadiennes

Impression générale du président Donald Trump (1/3)

Q21Z. De manière générale, avez-vous une impression favorable ou défavorable du président Donald Trump? Si vous ne le connaissez pas suffisamment pour avoir une opinion, veuillez l'indiquer.

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Favorable	14%	6%	9%	17%	22%	14%	11%	18%	10%	18%	14%	10%	16%	11%	14%	13%	+1
Défavorable	77%	81%	82%	75%	66%	79%	77%	74%	81%	67%	75%	85%	75%	81%	76%	74%	+3
Ne le connais pas suffisamment	5%	6%	7%	4%	5%	4%	4%	4%	5%	9%	5%	2%	5%	4%	5%	7%	-2
Incertain(e)	4%	7%	3%	4%	6%	3%	7%	4%	4%	5%	6%	3%	4%	4%	5%	6%	-2

Impression générale du président Donald Trump (2/3)

Q21Z. De manière générale, avez-vous une impression favorable ou défavorable du président Donald Trump? Si vous ne le connaissez pas suffisamment pour avoir une opinion, veuillez l'indiquer.

Base: Tous les répondants (n=1 534)

							
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Favorable	14%	31%	5%	5%	3%	18%	40%
Défavorable	77%	57%	93%	91%	91%	78%	48%
Ne le connais pas suffisamment	5%	4%	2%	3%	4%	4%	5%
Incertain(e)	4%	8%	0%	1%	2%	0%	7%

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

Impression générale du président Donald Trump (3/3)

Q21Z. De manière générale, avez-vous une impression favorable ou défavorable du président Donald Trump? Si vous ne le connaissez pas suffisamment pour avoir une opinion, veuillez l'indiquer.

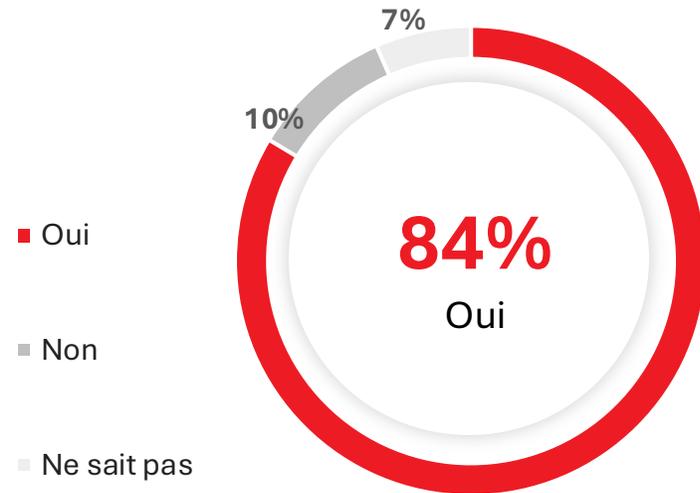
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Favorable	14%	42%	28
Défavorable	77%	44%	33
Ne le connais pas suffisamment	5%	6%	1
Incertain(e)	4%	8%	4

Perception de la récente hausse des prix à la consommation (1/3)

Q2Z. Pensez-vous que les prix à la consommation ont augmenté dans les dernières semaines?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	84%	82%	86%	84%	88%	83%	77%	79%	88%	83%	85%	83%	84%	82%	85%	80%	+4
Non	10%	13%	10%	10%	5%	7%	12%	12%	7%	10%	10%	10%	9%	11%	9%	11%	-1
Ne sait pas	7%	5%	4%	6%	7%	10%	11%	8%	5%	7%	6%	7%	6%	7%	6%	9%	-2

Perception de la récente hausse des prix à la consommation (2/3)

Q2Z. Pensez-vous que les prix à la consommation ont augmenté dans les dernières semaines?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

							
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Oui	84%	85%	79%	83%	91%	89%	97%
Non	10%	8%	15%	9%	6%	9%	3%
Ne sait pas	7%	7%	6%	8%	2%	2%	0%

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

Perception de la récente hausse des prix à la consommation (3/3)

Q2Z. Pensez-vous que les prix à la consommation ont augmenté dans les dernières semaines?

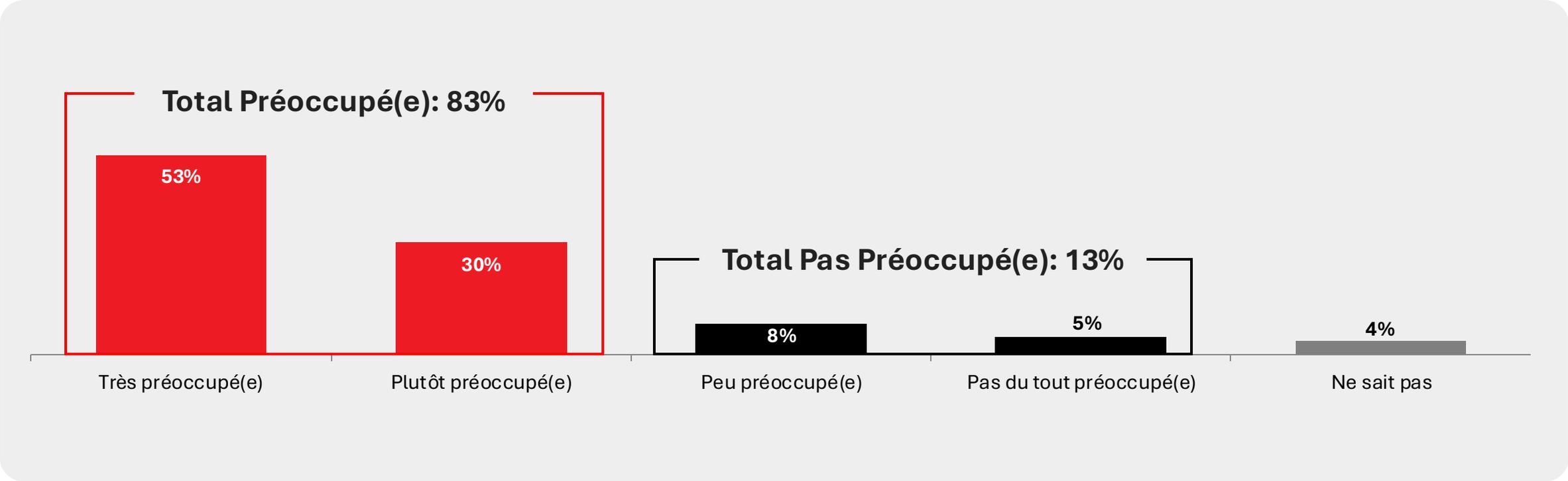
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Oui	84%	82%	2
Non	10%	11%	1
Ne sait pas	7%	7%	-

Inquiétudes sur la pression commerciale pour une union Canada-États-Unis (1/3)

Q3Z. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par le fait que le président Trump utilise divers moyens, tels que les tarifs douaniers et les sanctions commerciales, pour tenter de forcer le Canada à une union plus étroite et plus formelle avec les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



Inquiétudes sur la pression commerciale pour une union Canada-États-Unis (2/3)

Q3Z. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par le fait que le président Trump utilise divers moyens, tels que les tarifs douaniers et les sanctions commerciales, pour tenter de forcer le Canada à une union plus étroite et plus formelle avec les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
TOTAL PRÉOCCUPÉ(E)	83%	85%	84%	81%	82%	84%	84%	80%	86%	86%	79%	84%	83%	86%	79%	81%	+2
Très préoccupé(e)	53%	56%	53%	52%	52%	51%	56%	50%	56%	41%	53%	61%	51%	58%	51%	51%	+2
Plutôt préoccupé(e)	30%	29%	31%	29%	30%	33%	27%	30%	29%	45%	26%	23%	32%	28%	28%	30%	-
TOTAL PAS PRÉOCCUPÉ(E)	13%	12%	14%	14%	14%	14%	12%	17%	10%	9%	16%	14%	14%	10%	17%	15%	-2
Peu préoccupé(e)	8%	10%	8%	8%	11%	6%	9%	11%	6%	6%	9%	10%	8%	7%	12%	10%	-2
Pas du tout préoccupé(e)	5%	1%	6%	5%	3%	8%	3%	6%	4%	3%	7%	5%	6%	3%	5%	4%	+1
Ne sait pas	4%	3%	2%	5%	4%	2%	5%	3%	4%	5%	5%	1%	3%	4%	4%	4%	-

Inquiétudes sur la pression commerciale pour une union Canada-États-Unis (3/3)

Q3Z. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par le fait que le président Trump utilise divers moyens, tels que les tarifs douaniers et les sanctions commerciales, pour tenter de forcer le Canada à une union plus étroite et plus formelle avec les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

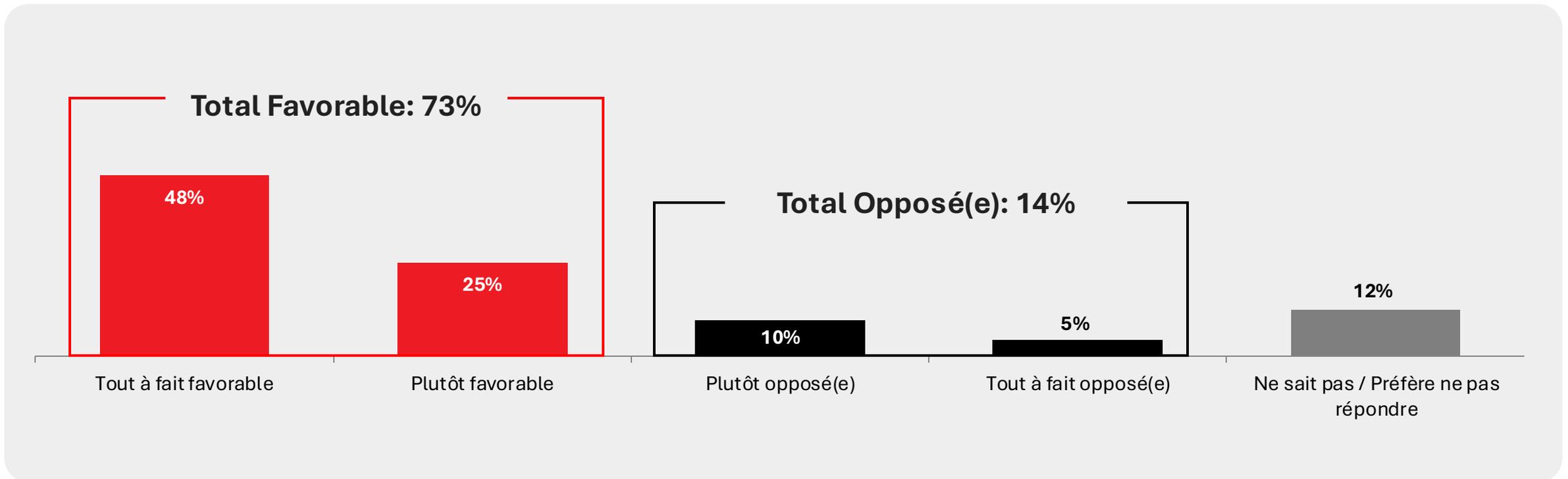
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
TOTAL PRÉOCCUPÉ(E)	83%	75%	93%	90%	90%	91%	49%
Très préoccupé(e)	53%	41%	72%	62%	60%	55%	22%
Plutôt préoccupé(e)	30%	34%	22%	27%	30%	36%	27%
TOTAL PAS PRÉOCCUPÉ(E)	13%	24%	6%	8%	9%	5%	49%
Peu préoccupé(e)	8%	16%	3%	6%	6%	3%	25%
Pas du tout préoccupé(e)	5%	8%	3%	2%	3%	3%	24%
Ne sait pas	4%	1%	0%	3%	1%	3%	2%

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

Réaction du gouvernement canadien aux tarifs américains (1/3)

Q4Z. Êtes-vous favorable ou oppos(é) à ce que le gouvernement du Canada réplique dollars pour dollars à toutes impositions de tarifs sur les produits importés du Canada par les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



Réaction du gouvernement canadien aux tarifs américains (2/3)

Q4Z. Êtes-vous favorable ou oppos(é) à ce que le gouvernement du Canada réplique dollars pour dollars à toutes impositions de tarifs sur les produits importés du Canada par les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
TOTAL FAVORABLE	73%	73%	75%	72%	65%	72%	80%	75%	72%	65%	71%	81%	74%	75%	71%	70%	+3
Tout à fait favorable	48%	54%	44%	50%	44%	49%	50%	50%	46%	32%	47%	60%	46%	50%	51%	45%	+3
Plutôt favorable	25%	19%	31%	22%	21%	23%	30%	25%	25%	34%	24%	21%	28%	25%	20%	25%	-
TOTAL OPPOSÉ(E)	14%	10%	13%	16%	19%	13%	13%	17%	12%	17%	13%	13%	14%	13%	15%	16%	-2
Plutôt opposé(e)	10%	7%	8%	11%	12%	9%	11%	12%	8%	14%	8%	8%	11%	9%	9%	10%	-
Tout à fait opposé(e)	5%	4%	5%	5%	7%	4%	2%	5%	4%	4%	5%	5%	4%	5%	5%	7%	-2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	12%	17%	12%	12%	16%	15%	7%	8%	17%	18%	16%	6%	11%	11%	14%	14%	-2

Réaction du gouvernement canadien aux tarifs américains (3/3)

Q4Z. Êtes-vous favorable ou oppos(é) à ce que le gouvernement du Canada réplique dollars pour dollars à toutes impositions de tarifs sur les produits importés du Canada par les États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

							
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
TOTAL FAVORABLE	73%	67%	91%	80%	87%	73%	29%
Tout à fait favorable	48%	40%	68%	57%	50%	37%	15%
Plutôt favorable	25%	27%	22%	23%	38%	36%	14%
TOTAL OPPOSÉ(E)	14%	25%	6%	10%	8%	14%	36%
Plutôt opposé(e)	10%	17%	4%	9%	6%	3%	16%
Tout à fait opposé(e)	5%	8%	2%	1%	2%	11%	20%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	12%	8%	4%	10%	5%	13%	35%

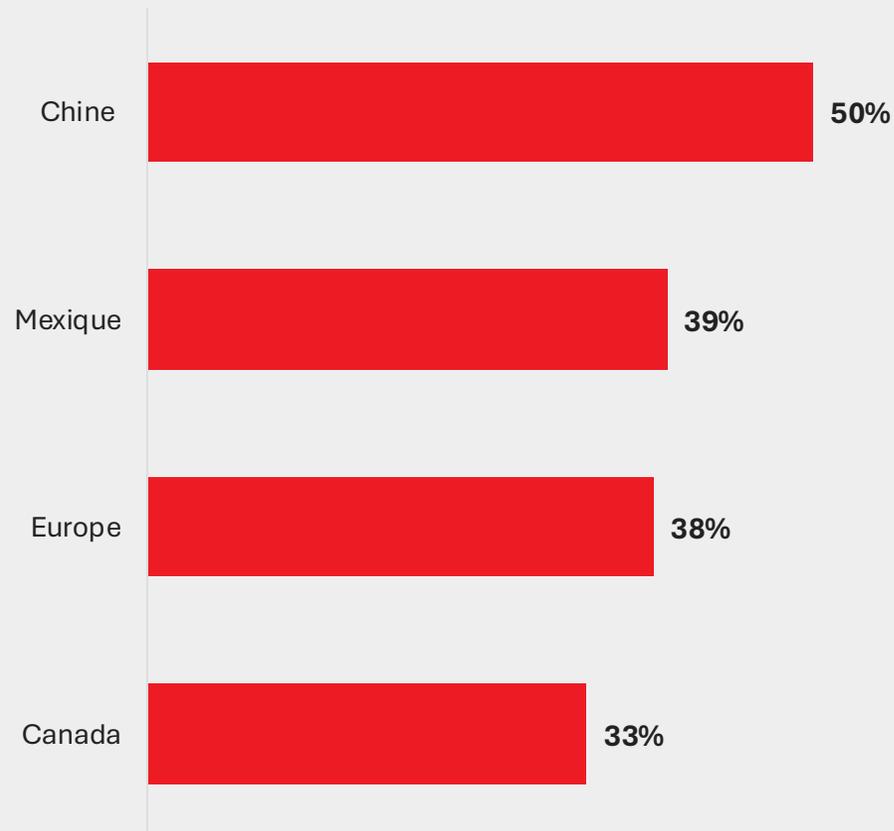
*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

Soutien aux tarifs sur les importations en provenance de certains pays (1/2)

Q3Z. Êtes-vous favorable ou opposé(e) à l'imposition de tarifs par l'administration Trump sur les produits importés des pays ou régions suivants?

Base: Répondants américains (n=1 007)

% Favorable présenté



Soutien aux tarifs sur les importations en provenance de certains pays (2/2)

Q3Z. Êtes-vous favorable ou opposé(e) à l'imposition de tarifs par l'administration Trump sur les produits importés des pays ou régions suivants?

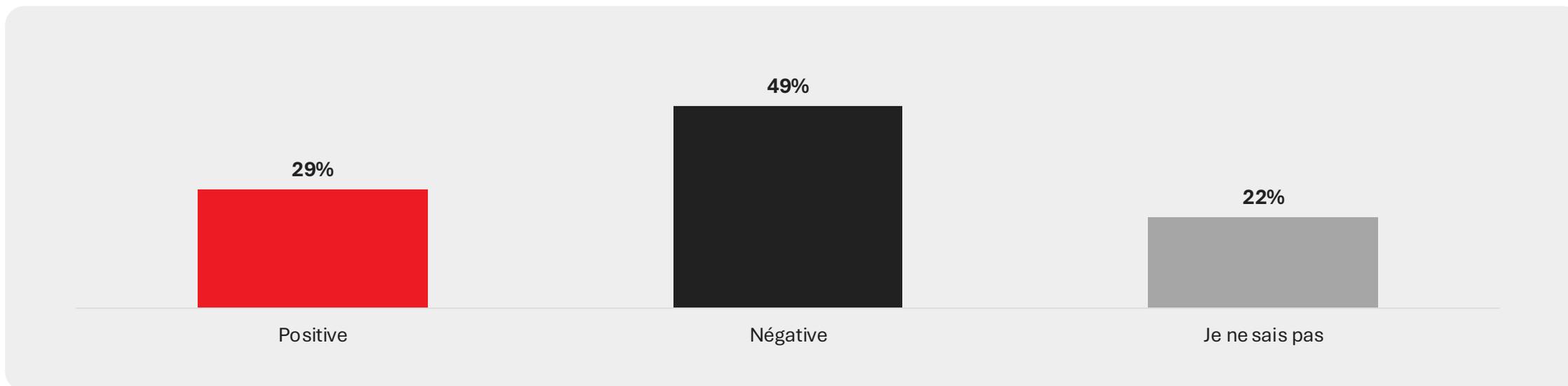
Base: Répondants américains (n=1 007)

% Favorable présenté	Total États-Unis	Nord Est	Mid Ouest	Sud	Ouest	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Républicain	Démocrate	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 007	179	211	385	232	290	336	381	491	516	291	286	1 000	
<i>n absolu =</i>	1 007	204	233	364	206	172	376	459	487	520	311	277	1 000	
Chine	50%	48%	47%	50%	53%	40%	47%	60%	59%	41%	76%	32%	44%	+6
Mexique	39%	40%	38%	38%	42%	35%	37%	45%	46%	33%	68%	22%	37%	+2
Europe	38%	36%	35%	40%	40%	37%	38%	40%	47%	30%	68%	21%	36%	+2
Canada	33%	34%	33%	33%	34%	28%	34%	36%	42%	25%	58%	19%	33%	-

Perception de l'impact des tarifs de l'administration Trump sur l'économie des États-Unis

Q4Z. Pensez-vous que les tarifs sur les importations en provenance d'autres pays, imposés par l'administration Trump, auront un effet positif ou négatif sur l'économie des États-Unis ?

Base: Répondants américains (n=1 007)

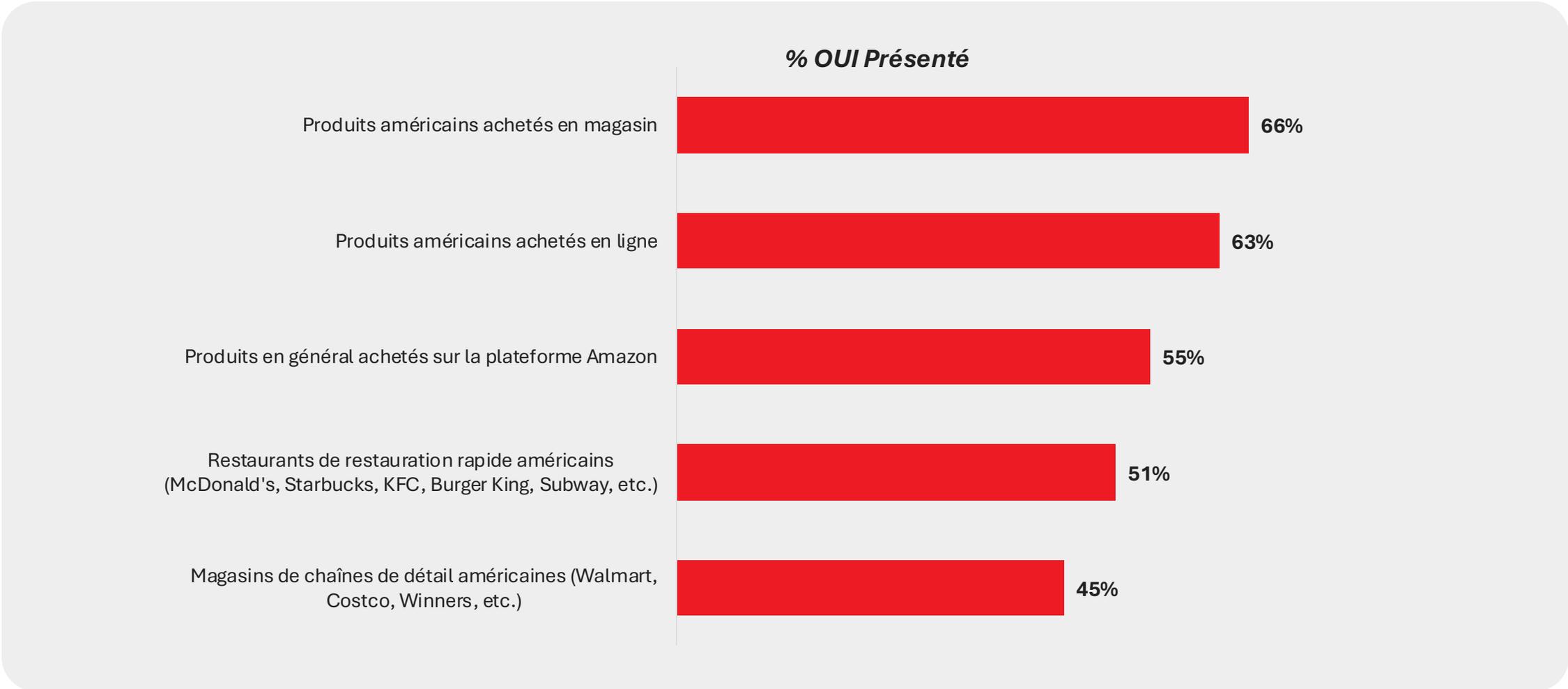


	Total États-Unis	Nord Est	Mid Ouest	Sud	Ouest	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Républicain	Démocrate	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 007	179	211	385	232	290	336	381	491	516	291	286	1 000	
<i>n absolu =</i>	1 007	204	233	364	206	172	376	459	487	520	311	277	1 000	
Positive	29%	24%	27%	31%	30%	27%	29%	30%	37%	21%	55%	12%	28%	+1
Négative	49%	58%	49%	46%	47%	53%	44%	50%	45%	53%	24%	74%	49%	-
Je ne sais pas	22%	17%	23%	23%	23%	20%	27%	19%	18%	26%	21%	14%	23%	-1

Changements récents dans le comportement d'achat des consommateurs (1/4)

Q5Z. Dans les dernières semaines, avez-vous réduit vos achats de...?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



Changements récents dans le comportement d'achat des consommateurs (2/4)

Q5Z. Dans les dernières semaines, avez-vous réduit vos achats de...?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

% Oui Présenté	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Produits américains achetés en magasin	66%	75%	69%	66%	64%	69%	59%	64%	69%	60%	63%	73%	65%	69%	66%	63%	+3
Produits américains achetés en ligne	63%	65%	66%	61%	61%	64%	61%	59%	66%	55%	62%	69%	60%	68%	62%	62%	+1
Produits en général achetés sur la plateforme Amazon	55%	57%	64%	50%	60%	50%	51%	50%	59%	48%	53%	60%	53%	58%	51%	52%	+3
Restaurants de restauration rapide américains (McDonald's, Starbucks, KFC, Burger King, Subway, etc.)	51%	55%	54%	51%	49%	47%	51%	49%	54%	45%	48%	58%	51%	53%	49%	50%	+1
Magasins de chaînes de détail américaines (Walmart, Costco, Winners, etc.)	45%	51%	45%	44%	48%	42%	43%	44%	46%	39%	44%	49%	42%	48%	45%	43%	+2

Changements récents dans le comportement d'achat des consommateurs (3/4)

Q5Z. Dans les dernières semaines, avez-vous réduit vos achats de...?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

								
% Oui Présenté		Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>		1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>		1 534	449	442	191	111	45	23*
	Produits américains achetés en magasin	66%	56%	82%	80%	83%	68%	24%
	Produits américains achetés en ligne	63%	55%	77%	76%	77%	71%	17%
	Produits en général achetés sur la plateforme Amazon	55%	44%	68%	66%	78%	54%	30%
	Restaurants de restauration rapide américains (McDonald's, Starbucks, KFC, Burger King, Subway, etc.)	51%	41%	65%	61%	65%	57%	23%
	Magasins de chaînes de détail américaines (Walmart, Costco, Winners, etc.)	45%	34%	57%	60%	53%	49%	30%

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

Changements récents dans le comportement d'achat des consommateurs (4/4)

Q5Z. Dans les dernières semaines, avez-vous réduit vos achats de...?

Base: Tous les répondants

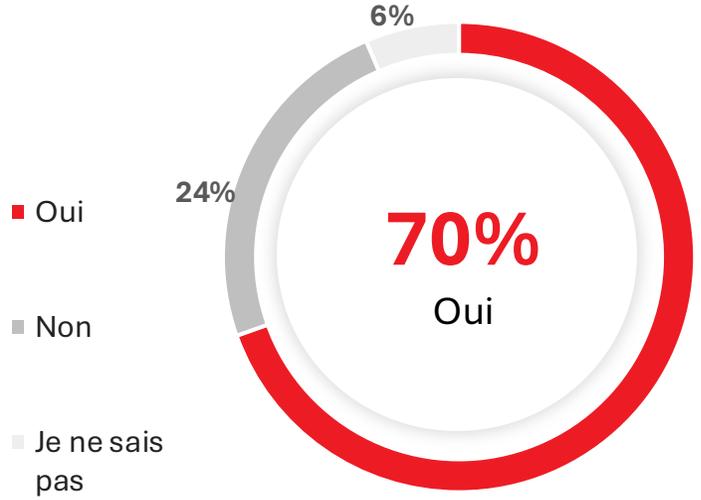
% Oui Présenté	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Produits américains/ canadiens achetés en magasin	66%	12%	54
Produits américains/ canadiens achetés en ligne	63%	12%	51
Produits en général achetés sur la plateforme Amazon*	-	-	-
Restaurants de restauration rapide américain/ canadiens (McDonald's, Starbucks, KFC, Burger King, Subway, etc.)	51%	12%	39
Magasins de chaînes de détail américaine/ canadiennes (Walmart, Costco, Winners, etc.)	45%	11%	34

*Cet élément était posé seulement aux répondants canadiens.

Augmentation des achats de produits locaux canadiens (1/3)

Q9Z. Dans les dernières semaines, avez-vous augmenté vos achats de produits locaux canadiens?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	70%	80%	69%	70%	64%	70%	68%	64%	74%	66%	63%	77%	67%	74%	68%	68%	+2
Non	24%	18%	25%	23%	30%	24%	24%	30%	18%	27%	30%	18%	26%	21%	25%	26%	-2
Je ne sais pas	6%	2%	6%	7%	7%	6%	8%	5%	8%	7%	7%	5%	7%	5%	7%	6%	-

Augmentation des achats de produits locaux canadiens (2/3)

Q9Z. Dans les dernières semaines, avez-vous augmenté vos achats de produits locaux canadiens?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

							
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Oui	70%	61%	87%	78%	76%	65%	30%
Non	24%	34%	12%	16%	19%	26%	64%
Je ne sais pas	6%	5%	1%	6%	5%	8%	6%

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

Augmentation des achats de produits locaux canadiens (3/3)

Q9Z. Dans les dernières semaines, avez-vous augmenté vos achats de produits locaux canadiens/américains?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

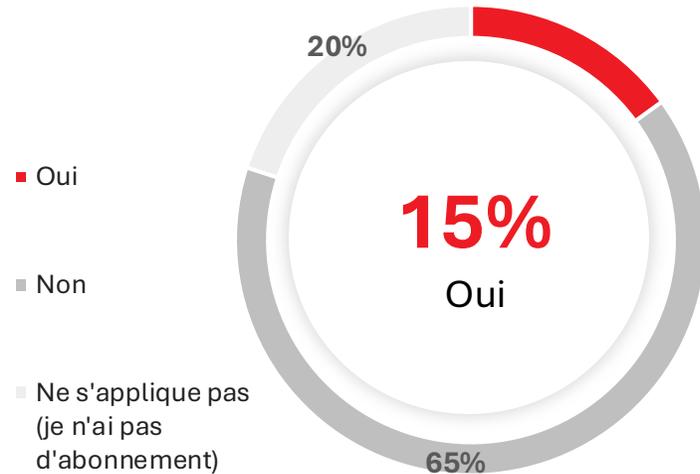
	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Oui	70%	26%	44
Non	24%	61%	37
Je ne sais pas	6%	13%	7

Annulation d'abonnements à des services de divertissement américains (1/2)

Q6Z. Avez-vous annulé un abonnement à l'une des plateformes de divertissement américaines (Netflix, Prime Video, Disney, Apple, Paramount, etc.)?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

Parmi les répondants abonnés à une plateforme de divertissement américaine, **18 % ont déclaré avoir annulé leur abonnement.**



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	15%	25%	17%	11%	17%	12%	16%	17%	13%	18%	18%	10%	17%	13%	15%	15%	-
Non	65%	53%	60%	67%	70%	76%	63%	63%	67%	69%	71%	58%	62%	66%	67%	63%	+2
Ne s'applique pas (je n'ai pas d'abonnement)	20%	23%	22%	22%	13%	12%	22%	20%	20%	13%	11%	32%	21%	20%	18%	22%	-2

Annulation d'abonnements à des services de divertissement américains (2/2)

Q6Z. Avez-vous annulé un abonnement à l'une des plateformes de divertissement américaines (Netflix, Prime Video, Disney, Apple, Paramount, etc.)?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Oui	15%	14%	17%	17%	26%	13%	12%
Non	65%	71%	60%	66%	45%	70%	80%
Ne s'applique pas (je n'ai pas d'abonnement)	20%	15%	22%	17%	29%	16%	9%

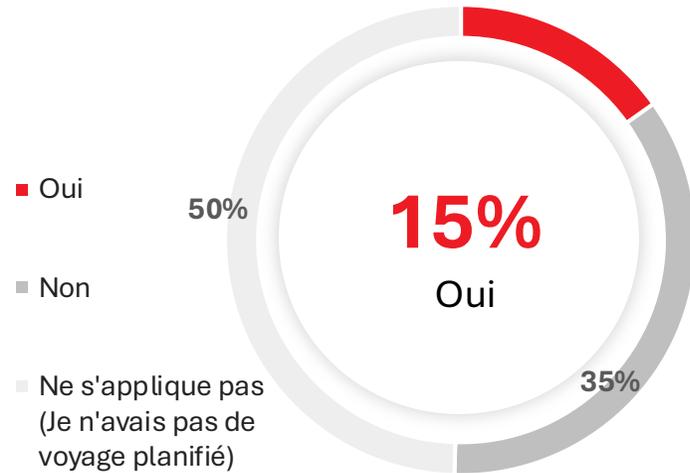
*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

Annulation de projets de voyage aux États-Unis (1/3)

Q7Z. Avez-vous annulé un voyage aux États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

Parmi les répondants qui avaient prévu un voyage aux États-Unis, **30 % l'ont annulé.**



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	15%	20%	12%	16%	6%	11%	23%	17%	13%	17%	15%	15%	18%	14%	13%	16%	-1
Non	35%	34%	34%	36%	40%	42%	27%	39%	32%	40%	41%	28%	34%	36%	37%	36%	-1
Ne s'applique pas (Je n'avais pas de voyage planifié)	50%	46%	54%	47%	54%	47%	50%	44%	55%	43%	45%	57%	49%	50%	50%	48%	+2

Annulation de projets de voyage aux États-Unis (2/3)

Q7Z. Avez-vous annulé un voyage aux États-Unis?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Oui	15%	13%	23%	16%	10%	22%	6%
Non	35%	48%	24%	36%	28%	29%	67%
Ne s'applique pas (Je n'avais pas de voyage planifié)	50%	39%	53%	48%	62%	49%	28%

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

Annulation de projets de voyage aux États-Unis (3/3)

Q7Z. Avez-vous annulé un voyage aux États-Unis/au Canada?

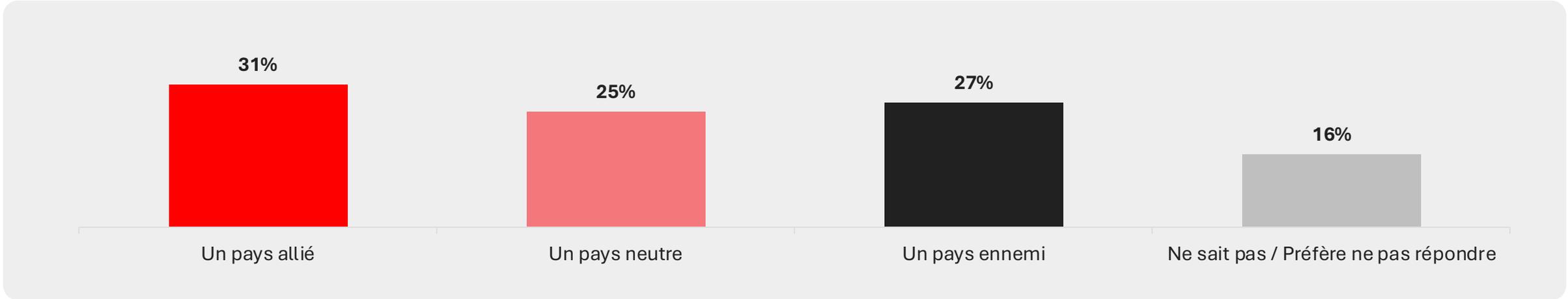
Base: Tous les répondants (n=1 534)

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Oui	15%	4%	11
Non	35%	47%	12
Ne s'applique pas (Je n'avais pas de voyage planifié)	50%	49%	1

Perception des États-Unis comme allié, pays neutre ou ennemi (1/3)

Q8Z. Considérez-vous les États-Unis comme un pays allié, un pays neutre ou un pays ennemi?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Un pays allié	31%	30%	26%	32%	38%	38%	30%	37%	26%	24%	33%	35%	32%	31%	31%	30%	+1
Un pays neutre	25%	22%	29%	25%	22%	20%	28%	26%	25%	37%	26%	18%	27%	25%	22%	27%	-2
Un pays ennemi	27%	27%	28%	25%	25%	31%	31%	28%	27%	22%	25%	33%	26%	28%	29%	27%	-
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	16%	21%	16%	18%	15%	11%	11%	9%	23%	17%	17%	15%	15%	16%	18%	16%	-

Perception des États-Unis comme allié, pays neutre ou ennemi (2/3)

Q8Z. Considérez-vous les États-Unis comme un pays allié, un pays neutre ou un pays ennemi?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

							
	Total Canada	PCC	PLC	NPD	BQ	PVC	PPC
<i>n pondéré =</i>	1 534	475	433	179	84	44	23*
<i>n absolu =</i>	1 534	449	442	191	111	45	23*
Un pays allié	31%	48%	22%	20%	23%	35%	55%
Un pays neutre	25%	26%	26%	27%	31%	27%	8%
Un pays ennemi	27%	18%	40%	37%	36%	22%	11%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	16%	9%	12%	15%	11%	15%	27%

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

Perception des États-Unis comme allié, pays neutre ou ennemi (3/3)

Q8Z. Considérez-vous les États-Unis/**le Canada** comme un pays allié, un pays neutre ou un pays ennemi?

Base: Tous les répondants

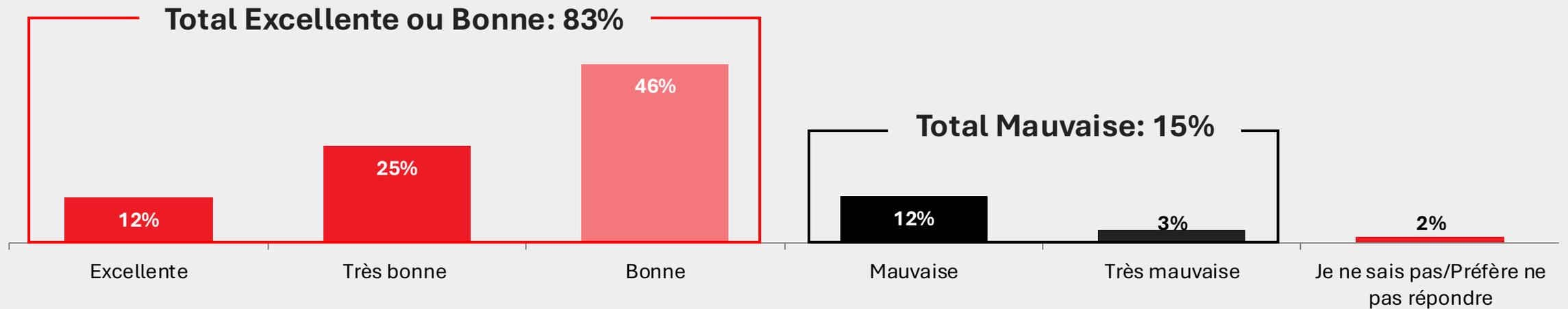
	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Un pays allié	31%	56%	25
Un pays neutre	25%	29%	4
Un pays ennemi	27%	1%	26
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	16%	14%	2

État de l'économie

Auto-évaluation de la santé mentale actuelle (1/3)

Q1Z. Actuellement, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



Auto-évaluation de la santé mentale actuelle (2/3)

Q1Z. Actuellement, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
TOTAL EXCELLENTE OU BONNE	83%	78%	89%	80%	71%	85%	87%	84%	82%	77%	77%	91%	83%	82%	85%	82%	+1
Excellente	12%	8%	17%	9%	8%	9%	15%	15%	9%	7%	7%	18%	11%	14%	9%	13%	-1
Très bonne	25%	30%	28%	24%	25%	22%	23%	27%	23%	21%	17%	34%	27%	23%	25%	24%	+1
Bonne	46%	40%	44%	47%	37%	54%	48%	42%	50%	50%	53%	39%	45%	45%	50%	44%	+2
TOTAL MAUVAISE	15%	21%	9%	18%	28%	14%	11%	15%	16%	20%	22%	8%	15%	16%	15%	17%	-2
Mauvaise	12%	19%	6%	14%	24%	9%	10%	12%	13%	16%	16%	7%	11%	12%	14%	14%	-2
Très mauvaise	3%	2%	2%	4%	4%	5%	1%	3%	3%	4%	6%	1%	4%	4%	1%	3%	-
Je ne sais pas/Préfère ne pas répondre	2%	0%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	0%	2%	-

Auto-évaluation de la santé mentale actuelle (3/3)

Q1Z. Actuellement, comment évalueriez-vous votre santé mentale?

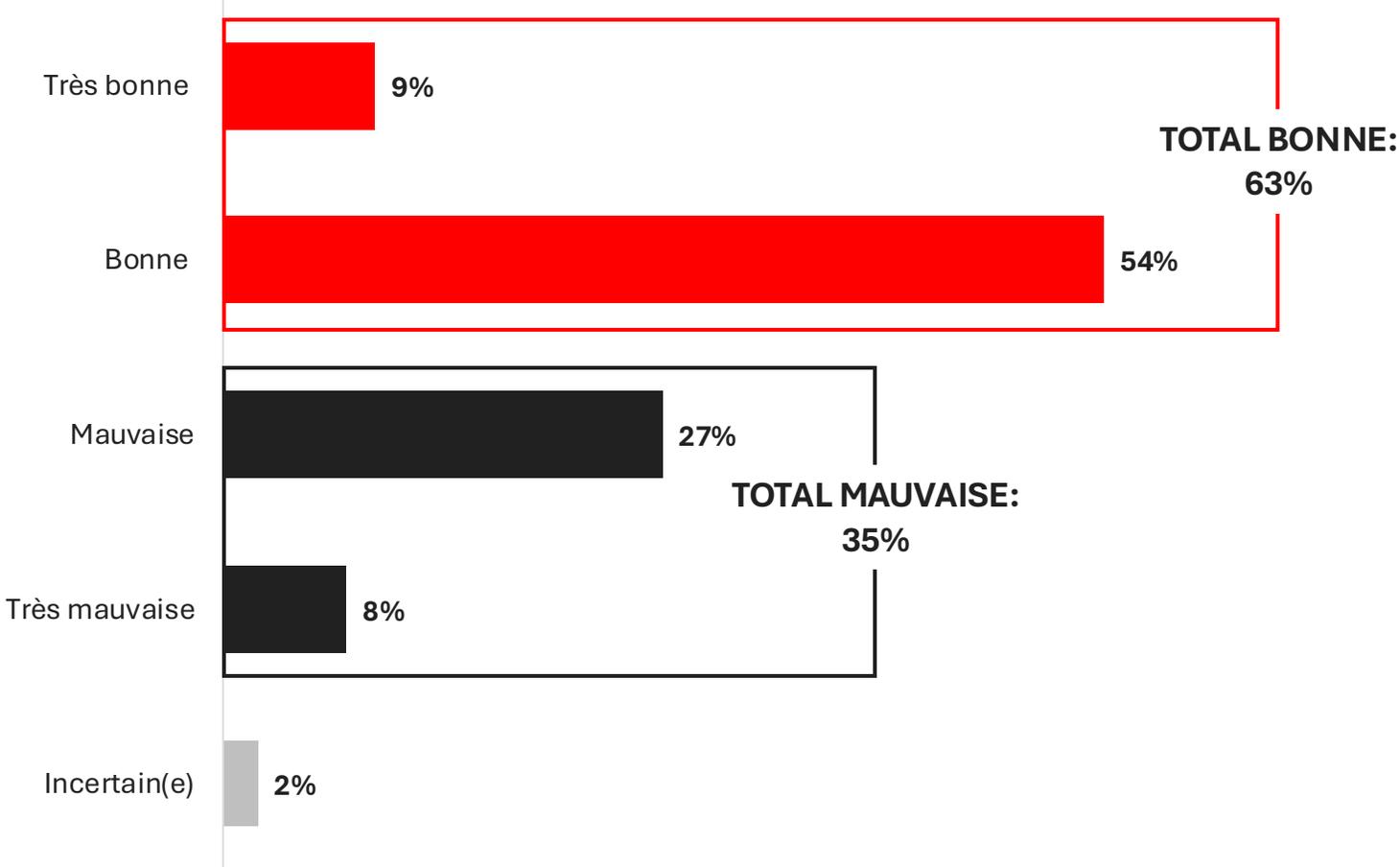
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
TOTAL EXCELLENTE OU BONNE	83%	78%	5
Excellente	12%	19%	7
Très bonne	25%	24%	1
Bonne	46%	35%	11
TOTAL MAUVAISE	15%	19%	4
Mauvaise	12%	14%	2
Très mauvaise	3%	5%	2
Je ne sais pas/Préfère ne pas répondre	2%	3%	1

État des finances du ménage (1/3)

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

Base: Tous les répondants (n=1 534)



État des finances du ménage (2/3)

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

Base: Tous les répondants (n=1 534)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
TOTAL BONNE	63%	63%	72%	58%	60%	60%	67%	64%	63%	57%	55%	74%	62%	65%	65%	62%	+1
Très bonne	9%	7%	15%	8%	8%	5%	9%	11%	8%	6%	7%	14%	9%	10%	10%	9%	-
Bonne	54%	56%	58%	50%	52%	55%	58%	53%	55%	51%	48%	60%	53%	55%	55%	54%	-
TOTAL MAUVAISE	35%	36%	25%	40%	36%	37%	32%	34%	35%	40%	42%	25%	36%	33%	34%	33%	+2
Mauvaise	27%	26%	20%	31%	25%	28%	28%	28%	26%	34%	31%	19%	26%	26%	28%	25%	+2
Très mauvaise	8%	10%	6%	9%	11%	9%	3%	7%	8%	6%	11%	6%	10%	6%	6%	8%	-
Incertain(e)	2%	2%	2%	2%	4%	3%	1%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	3%	1%	4%	-2

État des finances du ménage (3/3)

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

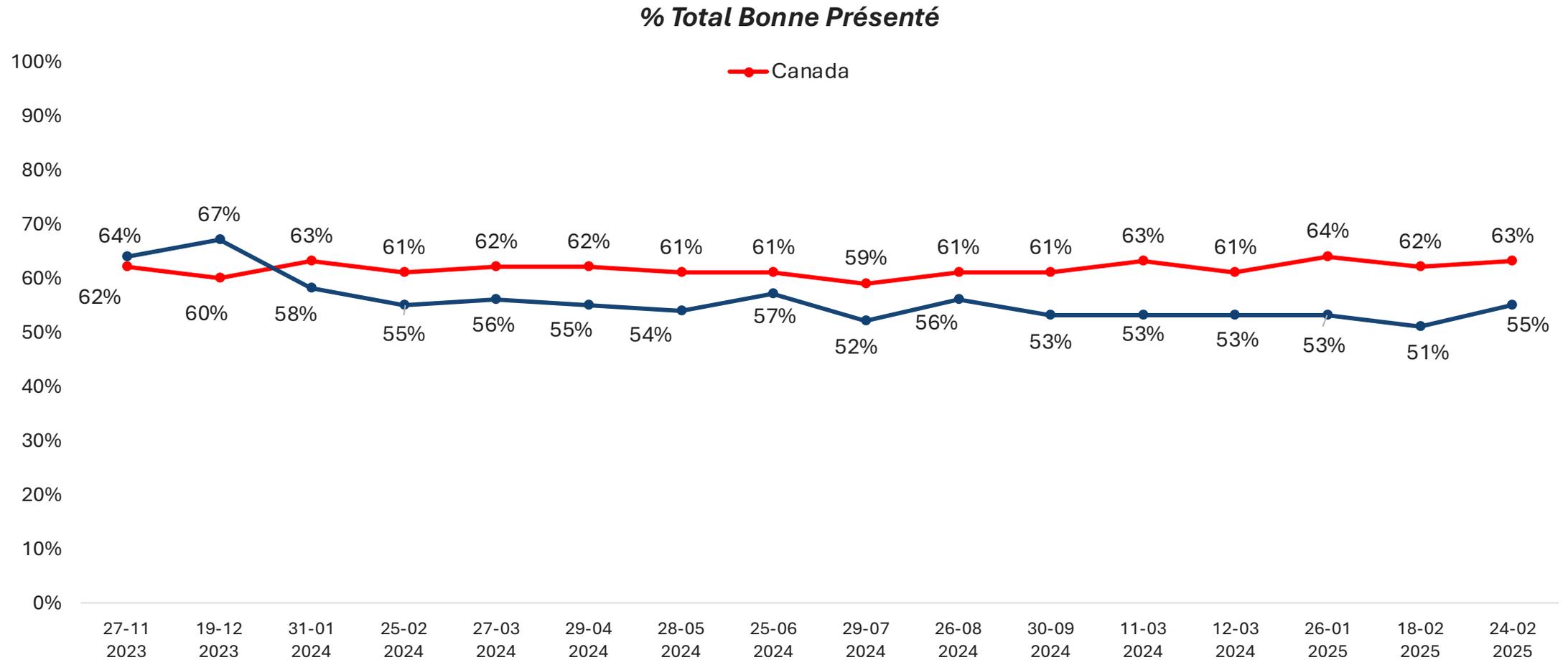
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
TOTAL BONNE	63%	55%	8
Très bonne	9%	9%	-
Bonne	54%	46%	8
TOTAL MAUVAISE	35%	41%	6
Mauvaise	27%	28%	1
Très mauvaise	8%	14%	6
Incertain(e)	2%	3%	1

État des finances du ménage – Évolution

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

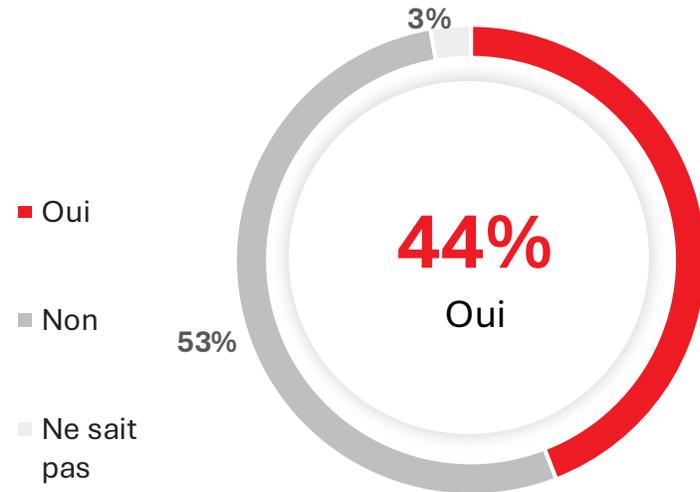
Base: Tous les répondants



Vivre de paie en paie (1/2)

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	44%	51%	33%	49%	51%	49%	38%	41%	47%	47%	56%	33%	46%	40%	47%	46%	-2
Non	53%	46%	64%	49%	44%	49%	59%	55%	51%	48%	41%	66%	52%	56%	50%	52%	+1
Ne sait pas	3%	3%	3%	2%	5%	2%	3%	3%	2%	5%	3%	1%	2%	3%	3%	2%	+1

Vivre de paie en paie (2/2)

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

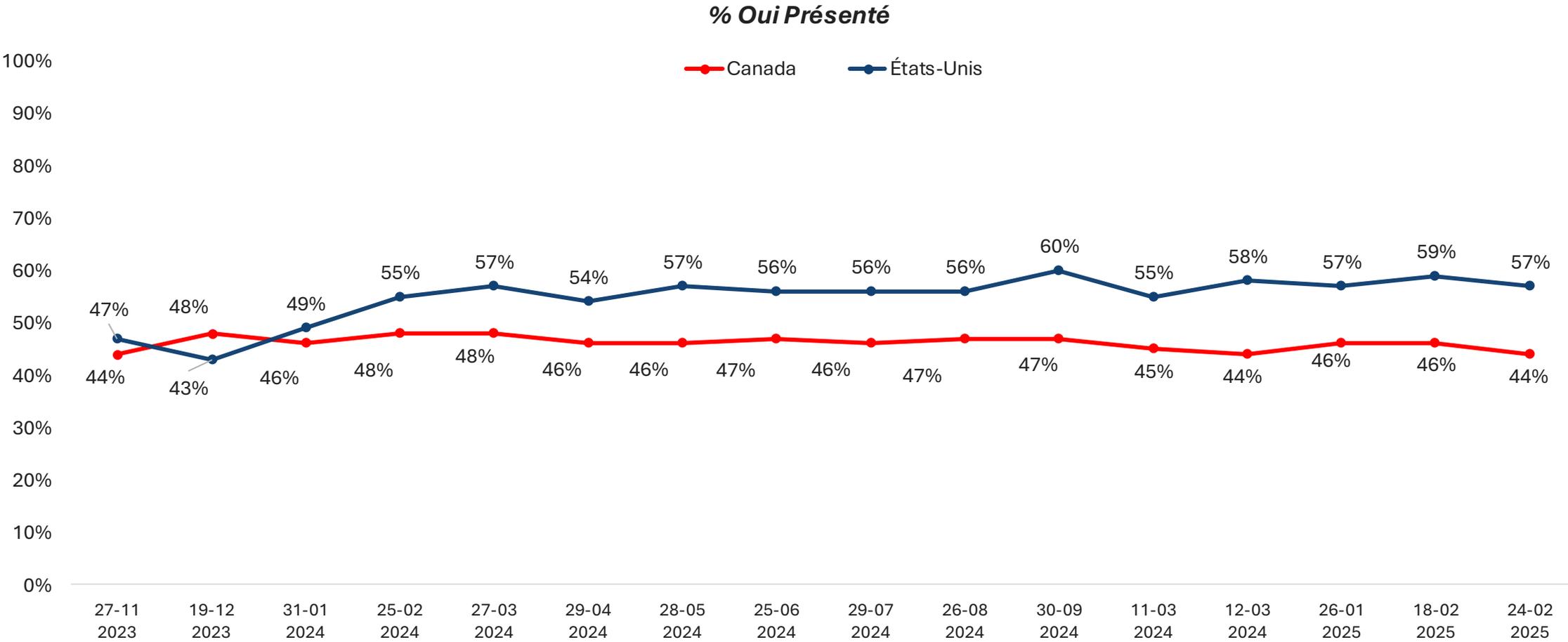
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Oui	44%	57%	13
Non	53%	38%	15
Ne sait pas	3%	5%	2

Vivre de paie en paie – Évolution

Q5. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

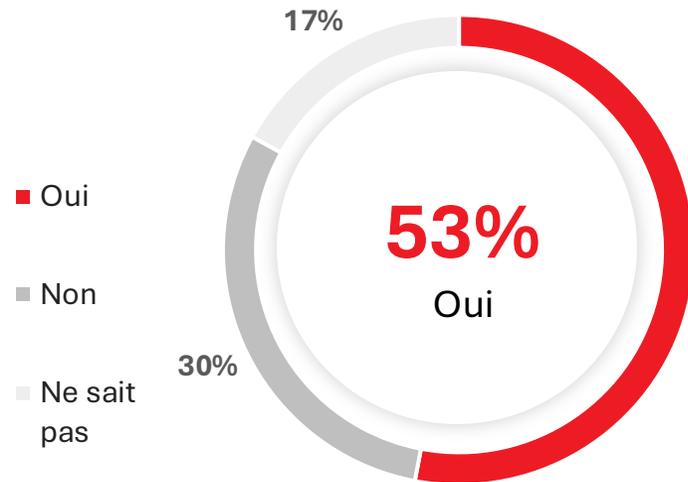
Base: Tous les répondants (n=1 534)



Récession économique au pays (1/2)

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

Base: Tous les répondants (n=1 534)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	104	355	596	99	167	213	750	784	411	490	633	629	588	303	1 550	
<i>n absolu =</i>	1 534	101	413	612	125	130	153	809	725	424	452	658	658	567	298	1 550	
Oui	53%	47%	47%	58%	53%	59%	51%	53%	54%	67%	57%	41%	55%	52%	51%	50%	+3
Non	30%	33%	39%	26%	16%	23%	35%	35%	25%	17%	26%	40%	28%	29%	33%	34%	-4
Ne sait pas	17%	21%	15%	17%	31%	19%	15%	13%	22%	16%	17%	18%	16%	19%	16%	16%	+1

Récession économique au pays (2/2)

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

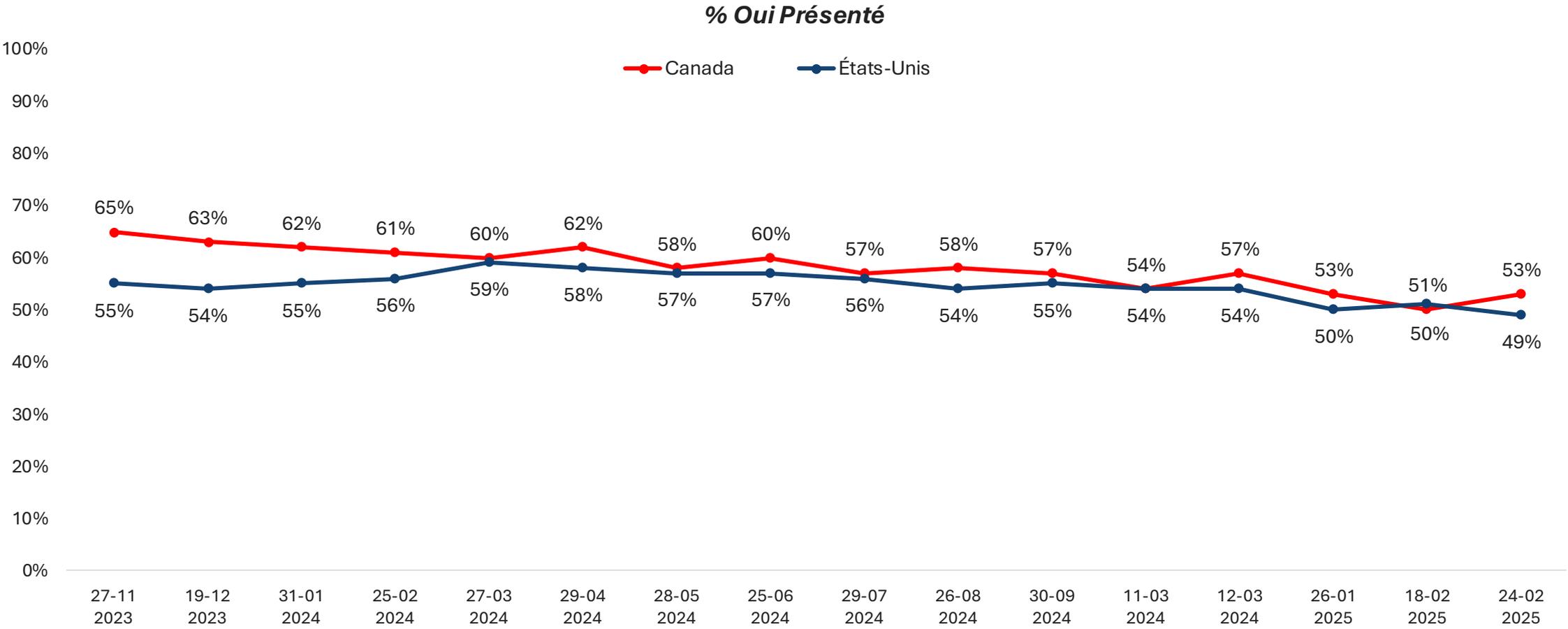
Base: Tous les répondants

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	1 534	1 007	
<i>n absolu =</i>	1 534	1 007	
Oui	53%	49%	4
Non	30%	28%	2
Ne sait pas	17%	23%	6

Récession économique au pays – Évolution

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

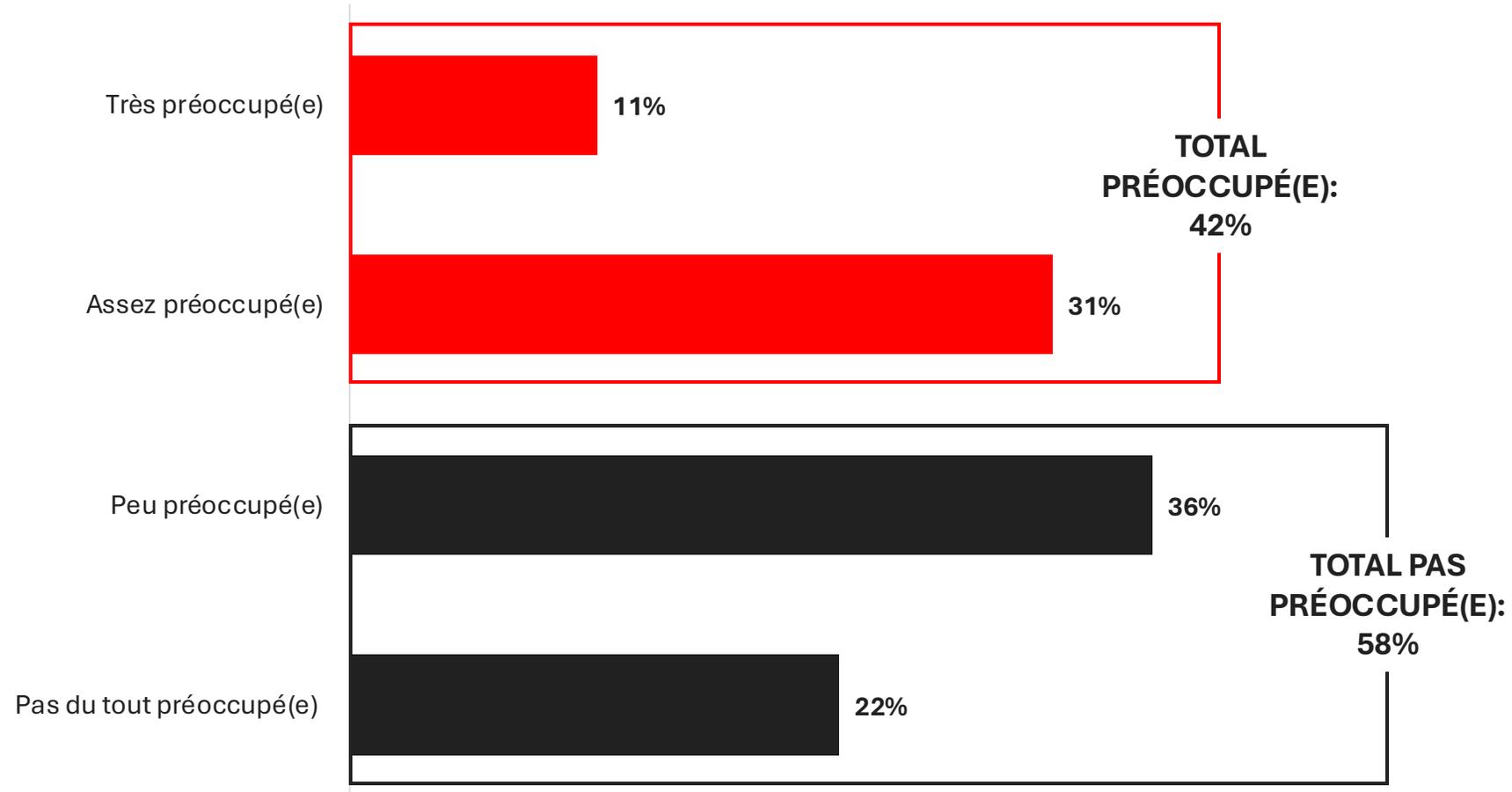
Base: Tous les répondants



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=759)



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 (n=759)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Urbain	Banlieue	Rural	Total 17 fév. 2025	Écart
<i>n pondéré =</i>	740	41	171	274	55	93	107	388	352	242	348	150	305	295	134	789	
<i>n absolu =</i>	759	44	199	302	69	63	82	420	339	265	335	159	336	284	135	781	
TOTAL PRÉOCCUPÉ(E)	42%	32%	26%	49%	53%	53%	40%	45%	40%	50%	43%	30%	48%	44%	26%	39%	+3
Très préoccupé(e)	11%	11%	6%	15%	11%	14%	5%	12%	10%	13%	12%	5%	14%	9%	9%	14%	-3
Assez préoccupé(e)	31%	21%	20%	34%	42%	39%	35%	33%	29%	36%	31%	25%	34%	35%	17%	25%	+6
TOTAL PAS PRÉOCCUPÉ(E)	58%	68%	74%	51%	47%	47%	60%	55%	60%	50%	57%	70%	52%	56%	74%	61%	-3
Peu préoccupé(e)	36%	42%	36%	34%	29%	29%	46%	34%	37%	34%	37%	36%	33%	37%	42%	37%	-1
Pas du tout préoccupé(e)	22%	26%	39%	16%	18%	17%	14%	21%	23%	16%	21%	34%	19%	20%	33%	24%	-2

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?

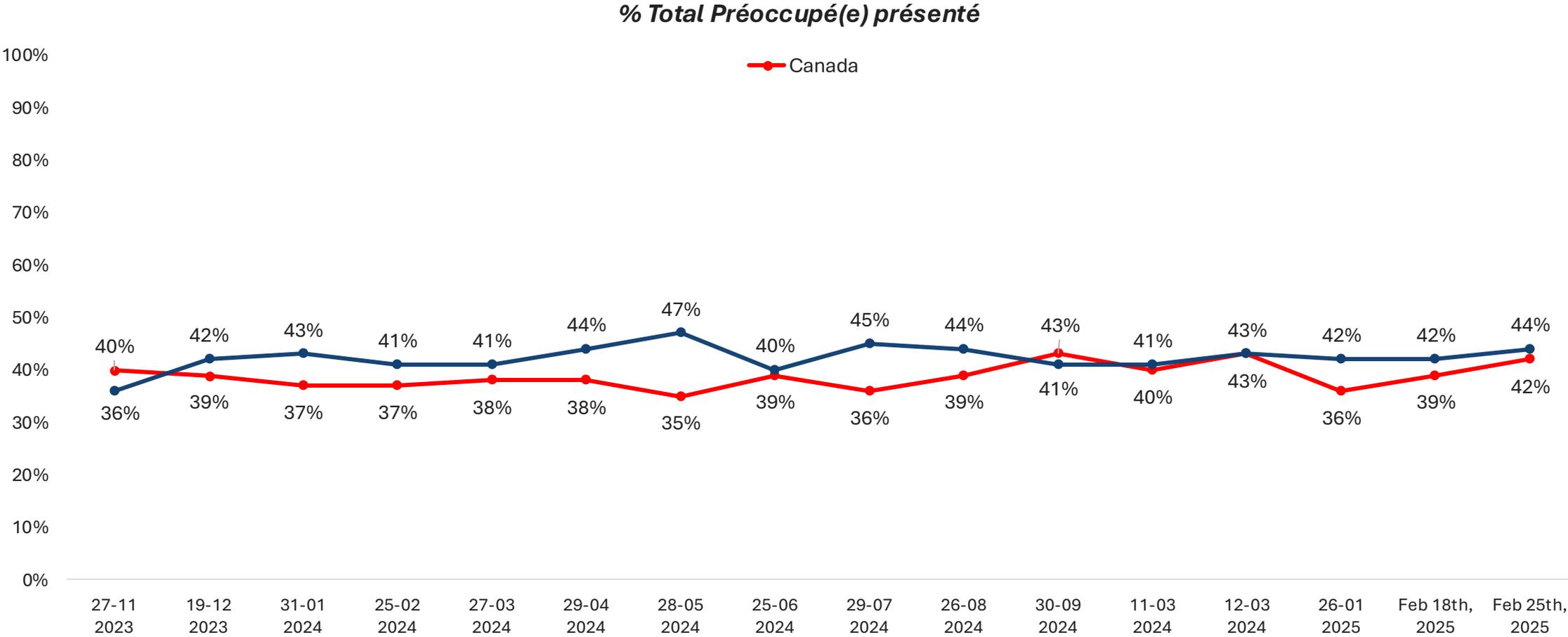
Base: Répondants qui ont présentement un emploi (n=759)

	 Total CANADA	 Total États-Unis	Écart
<i>n pondéré =</i>	740	486	
<i>n absolu =</i>	759	478	
TOTAL PRÉOCCUPÉ(E)	42%	44%	2
Très préoccupé(e)	11%	20%	9
Assez préoccupé(e)	31%	24%	7
TOTAL PAS PRÉOCCUPÉ(E)	58%	56%	2
Peu préoccupé(e)	36%	32%	4
Pas du tout préoccupé(e)	22%	24%	2

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



Profil des répondants

Profil des répondants – Échantillon canadien

(Base n=1 534)

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

Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	809	750
Femme	725	784

Langue (Langue maternelle)

	Non-pondéré	Pondéré
Français	363	304
Anglais	1 047	1 119
Autre	111	124

Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34	424	411
35 à 54	452	490
55+	658	633

Province

	Non-pondéré	Pondéré
Colombie-Britannique	153	213
Alberta	130	167
Manitoba/Saskatchewan	125	99
Ontario	612	596
Québec	413	355
Atlantique	101	104

Profil des répondants – Échantillon américain

(Base n=1 007)

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants pour les États-Unis.

Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	487	491
Femme	520	516

Région

	Non-pondéré	Pondéré
Nord-Est	204	179
Midwest	233	211
Sud	364	385
Ouest	206	232

Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34	172	290
35 à 54	376	336
55+	459	381

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

Le ger

L'intelligence des données

leger360.com