



Rapport

Intentions de vote au Québec

31 août 2026

Sondage auprès de la population québécoise

le **journal** de
montréal

le **journal**
de **québec**

TVA
NOUVELLES

Date: 31 / 08 / 2026
Projet: 10016937



Méthodologie

Dans le cadre de la campagne électorale québécoise de 2026, nous menons une enquête auprès de la population québécoise pour connaître leur point de vue sur la politique au Québec.

Méthode

Sondage en ligne auprès de répondant·e·s âgé·e·s de 18 ans ou plus ayant le droit de vote.
(Échantillon québécois: n=1 008)

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 langue maternelle, la région, la scolarité et la présence d'enfant dans le foyer** afin de garantir un échantillon représentatif de la population québécoise.

Collecte

28 au 31 août 2026.

Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus **± 3,09%**, 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, Chef des *insights* et de la recherche, 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.

Chiffres clés

10%

Seulement 10% font des tarifs de Trump l'enjeu le plus important de la campagne électorale au Québec.

42%

Plus de quatre électeurs sur dix peuvent encore changer leur choix de vote d'ici les élections.

66%

...appuient les contre-tarifs de Carney, lorsqu'on précise qu'ils pourraient faire augmenter les prix pour les Québécois.

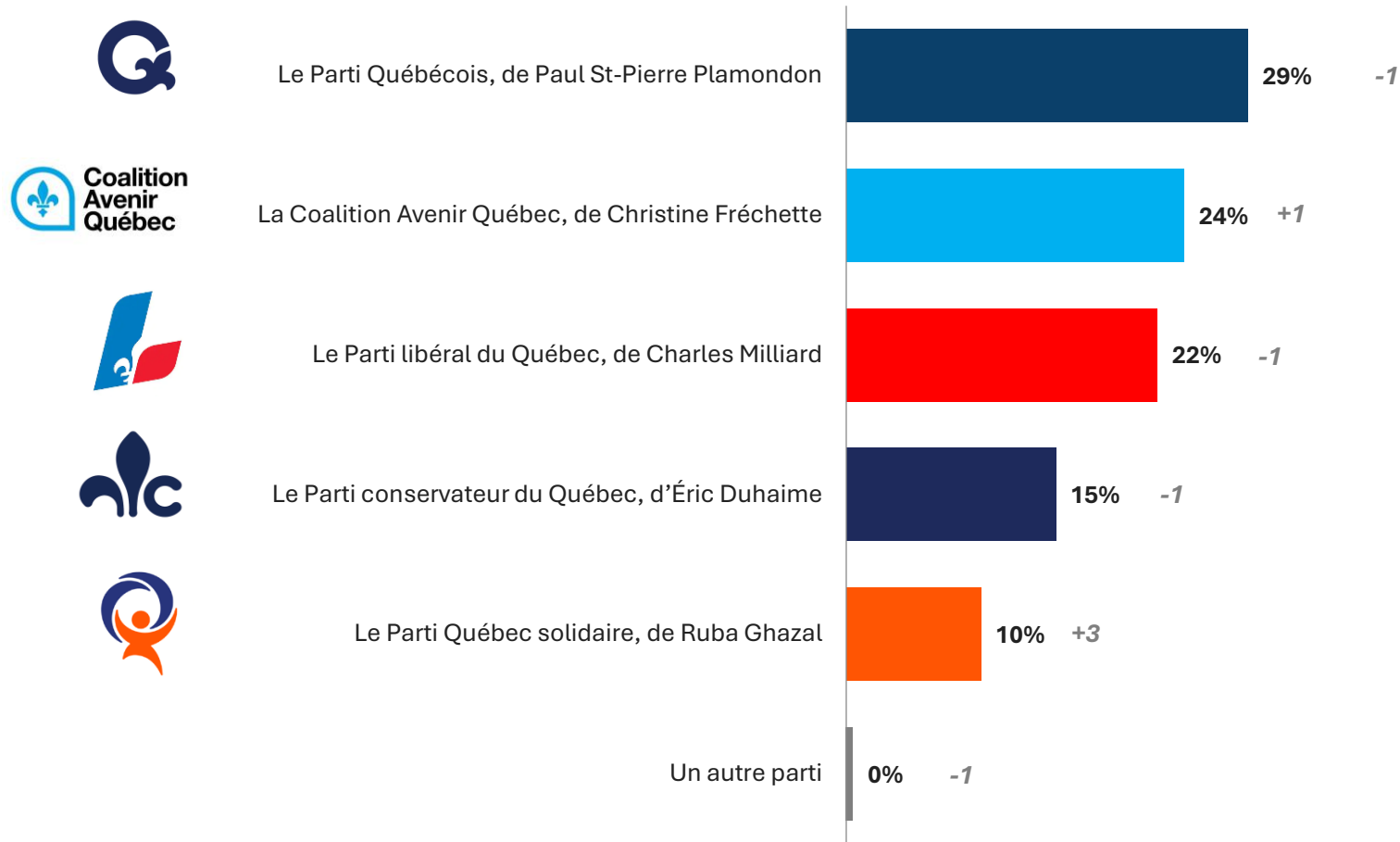
30%

...jugent qu'aucun slogan électoral ne se démarque, signe d'une portée limitée auprès des électeurs.

Résultats détaillés

Intentions de vote au provincial (1/2)

VOTER. Si des élections PROVINCIALES avaient lieu aujourd’hui, pour quel parti auriez-vous l’intention de voter? Serait-ce pour...
 Dans le cas où un·e répondant·e était sans opinion, la question de relance suivante était posée : 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: Électeur·trices décidé·e·s (n=882)



Intentions de vote au provincial (2/2)

VOTEP. Si des élections PROVINCIALES avaient lieu aujourd’hui, pour quel parti auriez-vous l’intention de voter? Serait-ce pour...

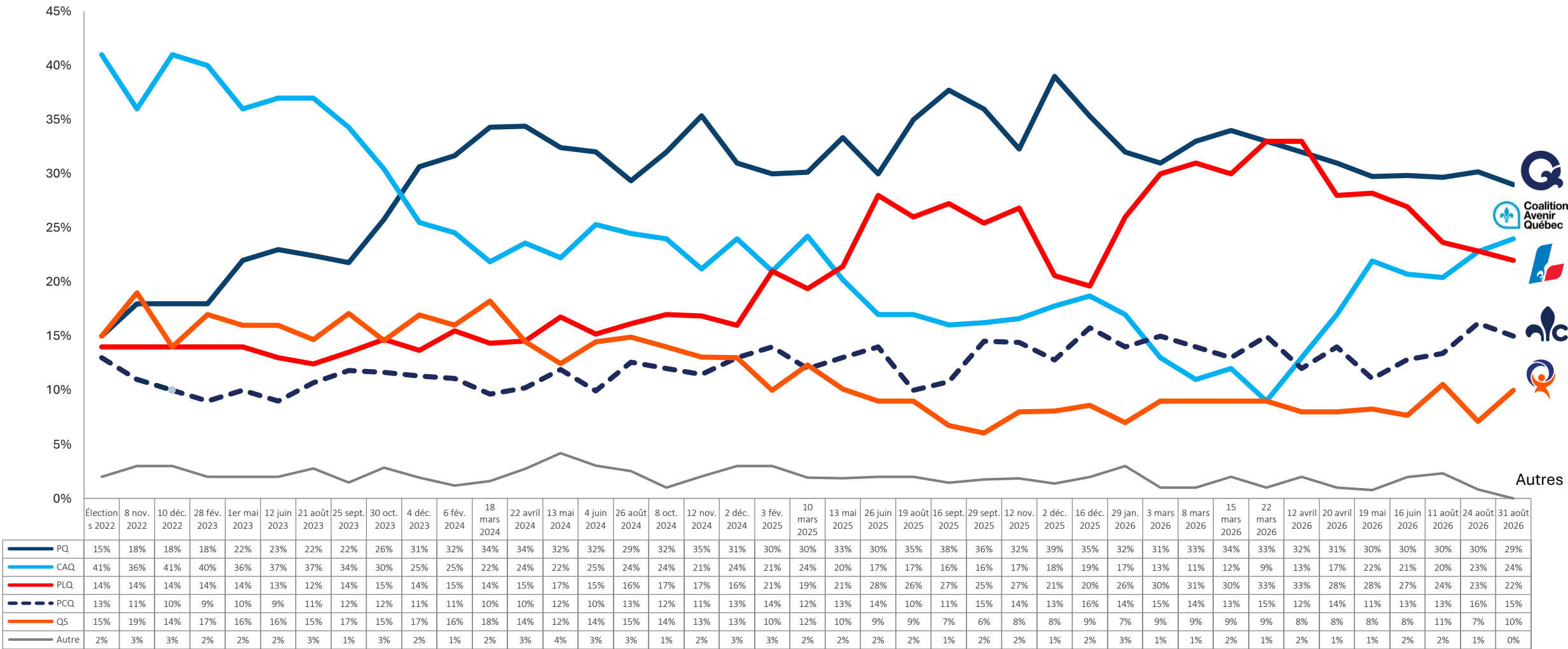
Dans le cas où un-e répondant-e était sans opinion, la question de relance suivante était posée : Même si votre choix n’est pas encore fait, pour lequel des partis politiques suivants auriez-vous le plus tendance à voter? Serait-ce pour...

Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=1 008)

	Total Québec	Total Électeurs décidés*	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	Total 24 août 2026	Écart
<i>n absolu=</i>	1 008	882	489	393	228	230	424	738	144	364	268	250	834	
Le Parti Québécois, de Paul St-Pierre Plamondon	24%	29%	30%	27%	19%	37%	28%	35%	9%	27%	24%	32%	30%	-1
La Coalition Avenir Québec, de Christine Fréchette	20%	24%	23%	26%	14%	13%	37%	27%	14%	23%	26%	25%	23%	+1
Le Parti libéral du Québec, de Charles Milliard	18%	22%	19%	26%	27%	14%	25%	10%	57%	30%	12%	13%	23%	-1
Le Parti conservateur du Québec, d’Éric Duhaime	12%	15%	20%	10%	18%	26%	7%	16%	12%	9%	30%	19%	16%	-1
Le Parti Québec solidaire, de Ruba Ghazal	8%	10%	8%	12%	21%	10%	3%	10%	7%	10%	8%	10%	7%	+3
Un autre parti	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	-1
Je ne voterais pas	3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
J’annulerais mon vote	3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ne sait pas	8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Refus	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*Les électeur-trices décidé-e-s représentent l’ensemble des répondant-e-s après la répartition des indécis-es (les électeur-trices indécis-es qui ont été retiré-e-s correspondent aux choix de réponses : je ne voterais pas, j’annulerais mon vote, je ne sais pas et je préfère ne pas répondre).

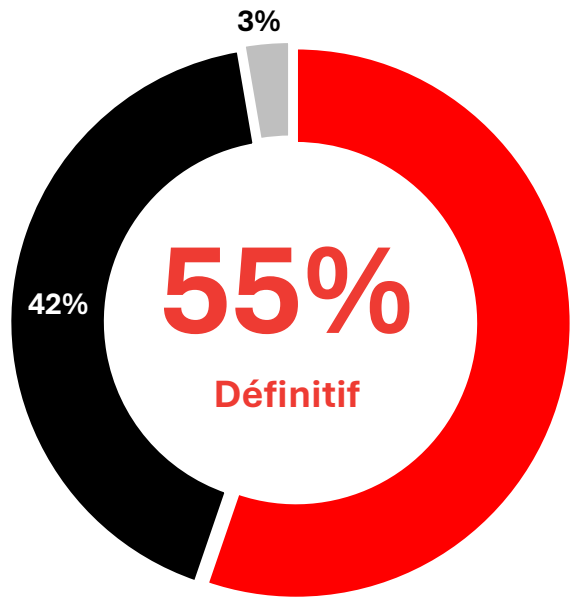
Évolution des intentions de vote au Québec (Élections 2022 à aujourd’hui)



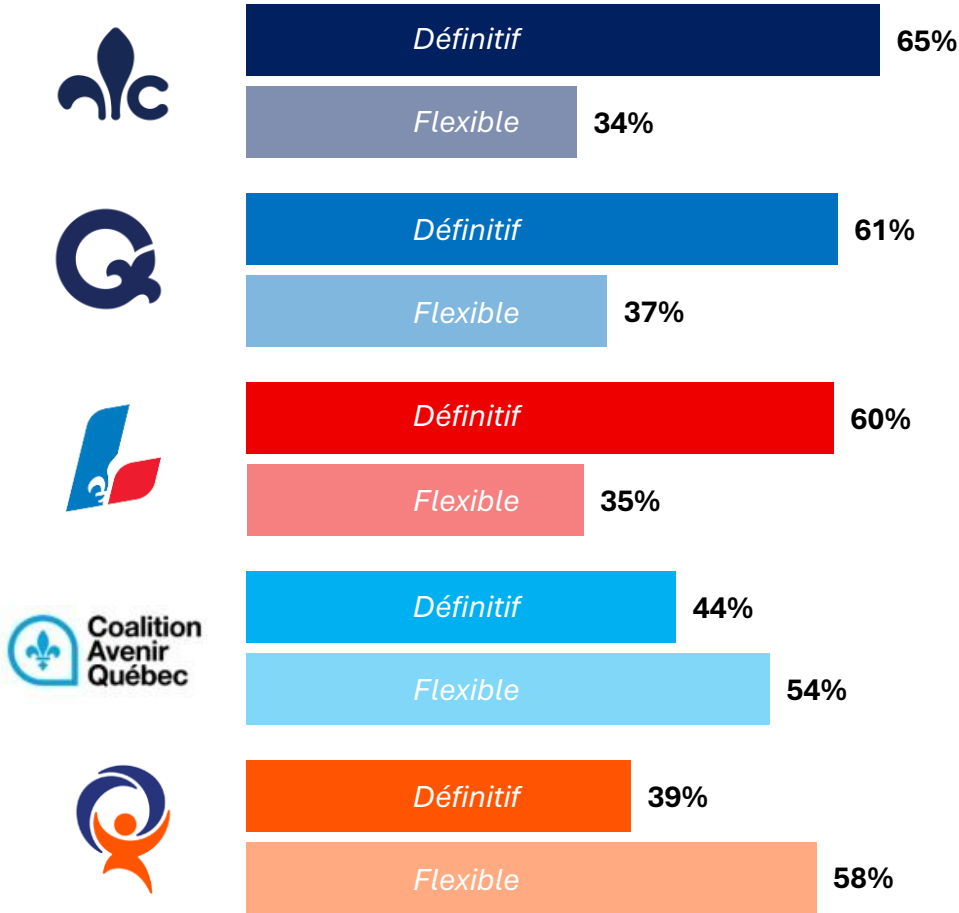
Solidité du vote (1/2)

Q1. Lequel des énoncés suivants correspond le mieux à ce que vous pensez personnellement?

Base: Électeur·trices décidé·e·s (n=853)



- Mon choix de vote est définitif
- Mon choix de vote n'est pas définitif, il est possible que je vote pour un autre parti
- Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre



Solidité du vote (2/2)

Q1. Lequel des énoncés suivants correspond le mieux à ce que vous pensez personnellement?

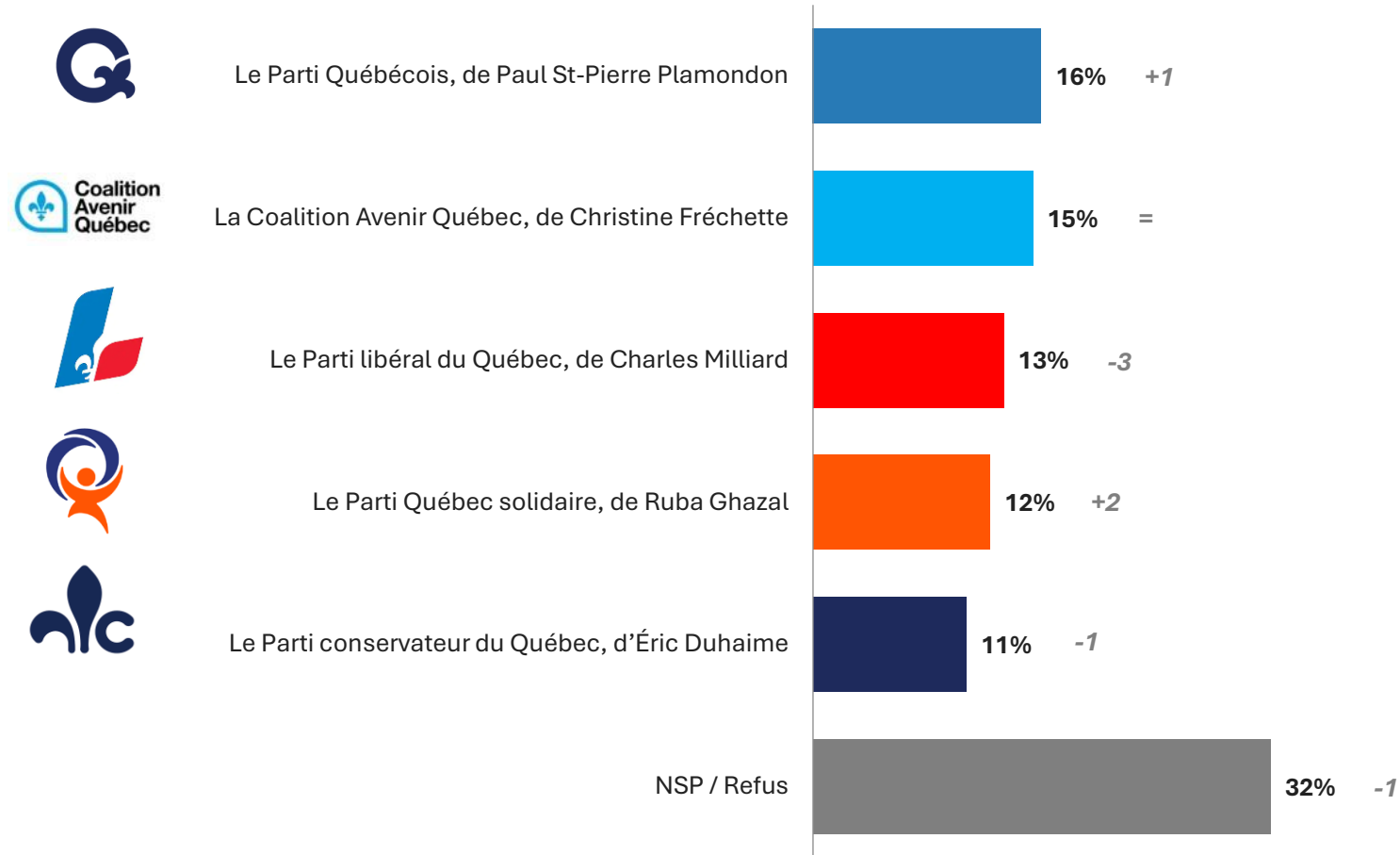
Base: Électeur·trices décidé·e·s (n=853)

	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	Total 24 août 2026	Écart
<i>n absolu=</i>	853	476	377	218	221	414	715	138	349	260	244	816	
Mon choix de vote est définitif	55%	63%	47%	50%	50%	61%	52%	65%	58%	52%	53%	53%	+2
Mon choix de vote n’est pas définitif, il est possible que je vote pour un autre parti	42%	36%	49%	47%	49%	36%	46%	31%	40%	44%	45%	44%	-2
NSP / Refus	3%	1%	4%	3%	1%	3%	2%	4%	3%	4%	2%	2%	+1

Deuxième choix de vote (1/2)

Q2. Parmi les partis politiques suivants, lequel serait votre 2e choix?

Base: Électeur·trices décidé·e·s (n=853)



Deuxième choix de vote (2/2)

Q2. Parmi les partis politiques suivants, lequel serait votre 2e choix?

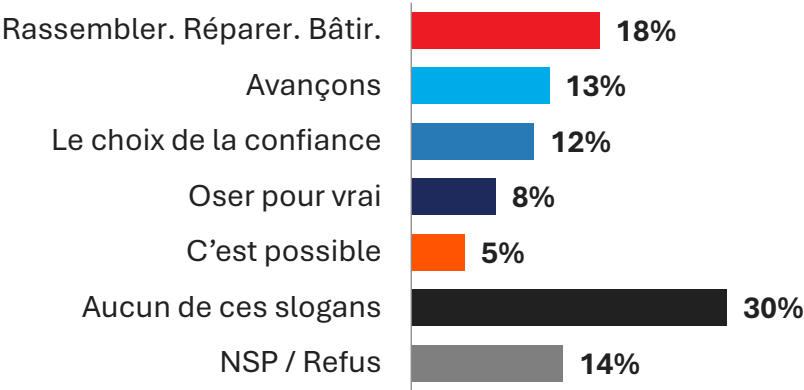
Base: Électeur·trices décidé·e·s (n=853)

	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS	Total 24 août 2026	Écart
<i>n absolu=</i>	853	476	377	218	221	414	715	138	349	260	244	243	201	164	154	91	816	
Le Parti Québécois, de Paul St-Pierre Plamondon	16%	15%	17%	17%	15%	16%	19%	7%	13%	18%	20%	-	30%	8%	25%	36%	15%	+1
La Coalition Avenir Québec, de Christine Fréchette	15%	16%	14%	11%	19%	16%	18%	9%	16%	16%	15%	36%	-	13%	9%	9%	15%	=
Le Parti libéral du Québec, de Charles Milliard	13%	15%	12%	18%	12%	12%	15%	9%	12%	16%	14%	6%	27%	-	17%	28%	16%	-3
Le Parti Québec solidaire, de Ruba Ghazal	12%	14%	11%	18%	14%	9%	13%	12%	12%	13%	12%	19%	9%	17%	7%	-	10%	+2
Le Parti conservateur du Québec, d'Éric Duhaime	11%	12%	9%	11%	9%	12%	7%	21%	12%	10%	9%	13%	8%	22%	-	2%	12%	-1
NSP / Refus	32%	28%	37%	25%	30%	37%	29%	42%	35%	27%	30%	27%	27%	41%	42%	25%	33%	-1

Slogans électoraux préférés

Q3. Dans le cadre de la campagne électorale 2026 au Québec, les partis politiques ont choisi leur slogan de campagne. Parmi les slogans suivants, lequel préférez-vous?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=1 008)

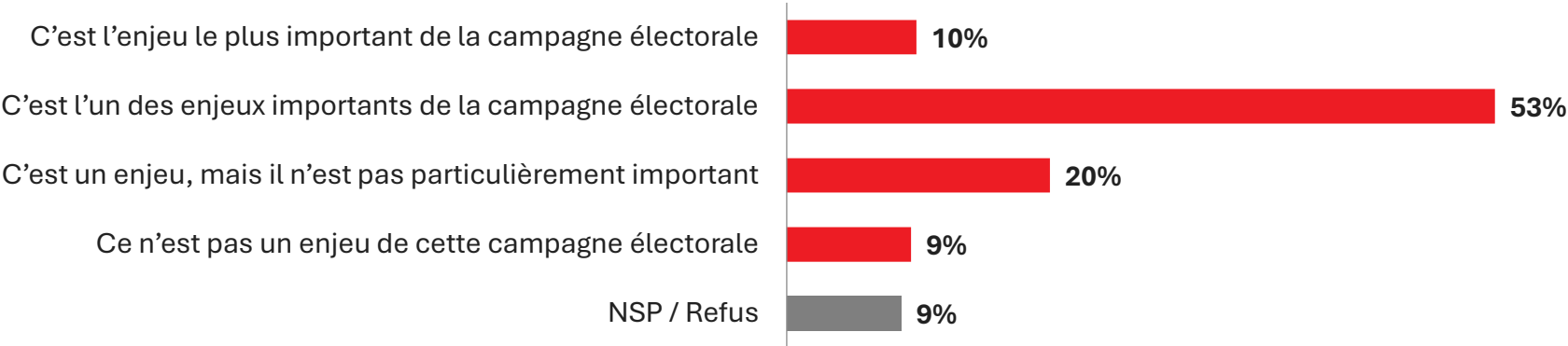


	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS
<i>n absolu=</i>	1 008	531	477	264	273	471	843	165	398	303	307	243	201	164	154	91
Rassembler. Réparer. Bâtir.	18%	14%	22%	24%	18%	14%	16%	24%	17%	14%	20%	15%	12%	28%	17%	27%
Avançons	13%	13%	13%	13%	9%	16%	12%	16%	16%	8%	10%	5%	41%	9%	8%	7%
Le choix de la confiance	12%	14%	10%	10%	13%	12%	13%	7%	13%	8%	11%	35%	5%	8%	4%	2%
Oser pour vrai	8%	10%	6%	12%	10%	5%	9%	5%	6%	17%	8%	6%	3%	5%	29%	8%
C'est possible	5%	5%	5%	9%	6%	2%	4%	7%	6%	5%	4%	3%	4%	1%	8%	26%
Aucun de ces slogans	30%	31%	29%	21%	31%	34%	31%	27%	29%	34%	30%	26%	23%	34%	25%	25%
NSP / Refus	14%	13%	16%	12%	12%	17%	14%	14%	12%	15%	17%	11%	13%	14%	10%	6%

Importance de l'enjeu des tarifs douaniers sur la campagne électorale québécoise

Q4. Quelle importance accordez-vous à cet enjeu des tarifs douaniers imposés par le gouvernement de Donald Trump dans le cadre de la campagne électorale québécoise?

Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=1 008)

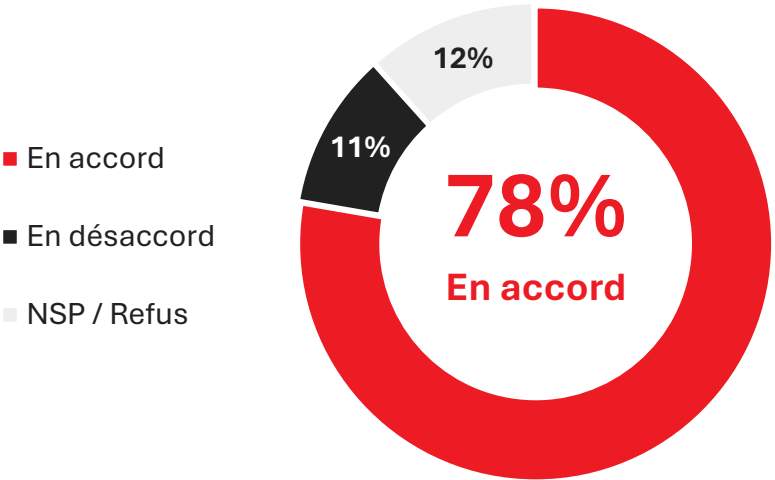


	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS
<i>n absolu=</i>	1 008	531	477	264	273	471	843	165	398	303	307	243	201	164	154	91
C'est l'enjeu le plus important de la campagne électorale	10%	12%	7%	9%	12%	9%	10%	9%	10%	6%	11%	8%	9%	13%	8%	5%
C'est l'un des enjeux importants de la campagne électorale	53%	44%	61%	54%	52%	53%	55%	47%	52%	53%	53%	60%	63%	54%	43%	56%
C'est un enjeu, mais il n'est pas particulièrement important	20%	24%	16%	19%	17%	22%	19%	21%	24%	22%	14%	24%	17%	22%	17%	28%
Ce n'est pas un enjeu de cette campagne électorale	9%	14%	5%	7%	11%	10%	9%	11%	7%	14%	11%	7%	5%	6%	26%	6%
NSP / Refus	9%	6%	11%	12%	9%	7%	8%	12%	7%	6%	11%	1%	5%	5%	5%	5%

Niveau d'appui avec la décision d'imposer des tarifs douaniers sur certains produits américains

Q5. Êtes-vous en accord ou désaccord avec la décision du gouvernement fédéral de Mark Carney d'imposer de nouveaux tarifs douaniers sur certains produits américains importés au Canada?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=1 008)

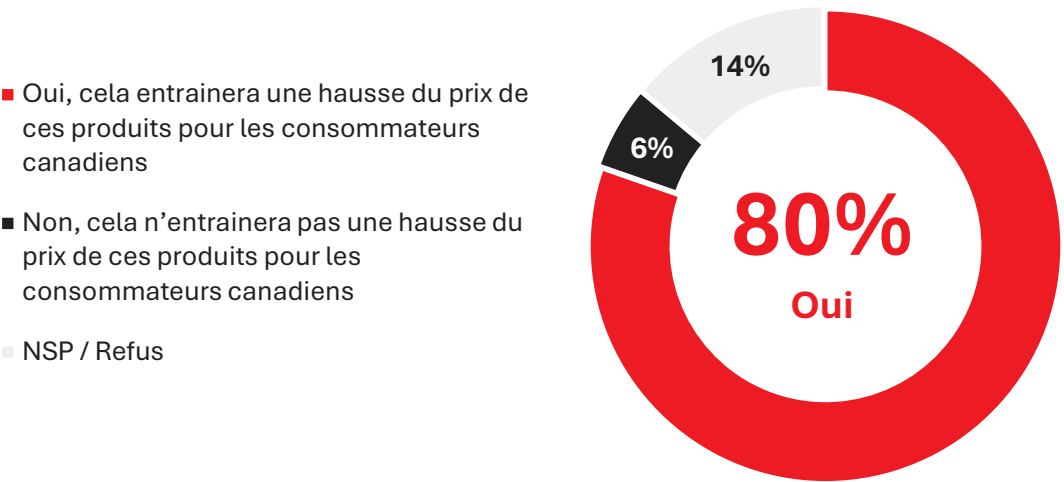


	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS
<i>n absolu=</i>	1 008	531	477	264	273	471	843	165	398	303	307	243	201	164	154	91
En accord	78%	76%	79%	68%	71%	88%	77%	81%	83%	70%	74%	86%	93%	91%	45%	77%
En désaccord	11%	14%	7%	13%	18%	4%	11%	9%	9%	18%	11%	7%	1%	2%	44%	10%
NSP / Refus	12%	9%	14%	19%	12%	8%	12%	10%	8%	12%	16%	7%	6%	7%	11%	13%

Perception de l'impact des nouveaux tarifs douaniers de Carney sur la hausse des prix au Canada

Q6. Selon vous, l'imposition de nouveaux tarifs douaniers sur certains produits américains importés au Canada entraînera-t-elle ou non une hausse du prix de ces produits pour les consommateurs canadiens?

Base: L'ensemble des répondant·e·s (n=1 008)

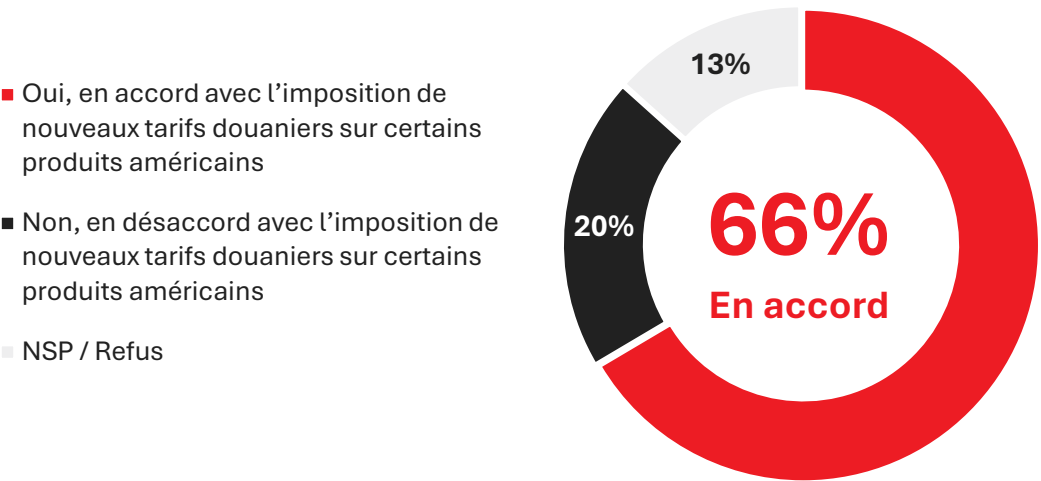


	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS
<i>n absolu=</i>	1 008	531	477	264	273	471	843	165	398	303	307	243	201	164	154	91
Oui, cela entrainera une hausse du prix de ces produits pour les consommateurs canadiens	80%	82%	78%	76%	82%	81%	81%	77%	81%	86%	79%	89%	83%	83%	77%	84%
Non, cela n'entrainera pas une hausse du prix de ces produits pour les consommateurs canadiens	6%	8%	3%	6%	7%	5%	6%	5%	6%	6%	6%	4%	5%	5%	10%	3%
NSP / Refus	14%	9%	18%	17%	11%	14%	13%	18%	14%	9%	15%	7%	12%	12%	12%	13%

Niveau d'accord à l'égard des nouveaux tarifs douaniers de Carney malgré ses effets perçus

Q7. Même si l'imposition de nouveaux tarifs douaniers sur certains produits américains devait entraîner une hausse du prix de certains produits au Canada, seriez-vous en accord ou en désaccord avec leur imposition?

Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=1 008)

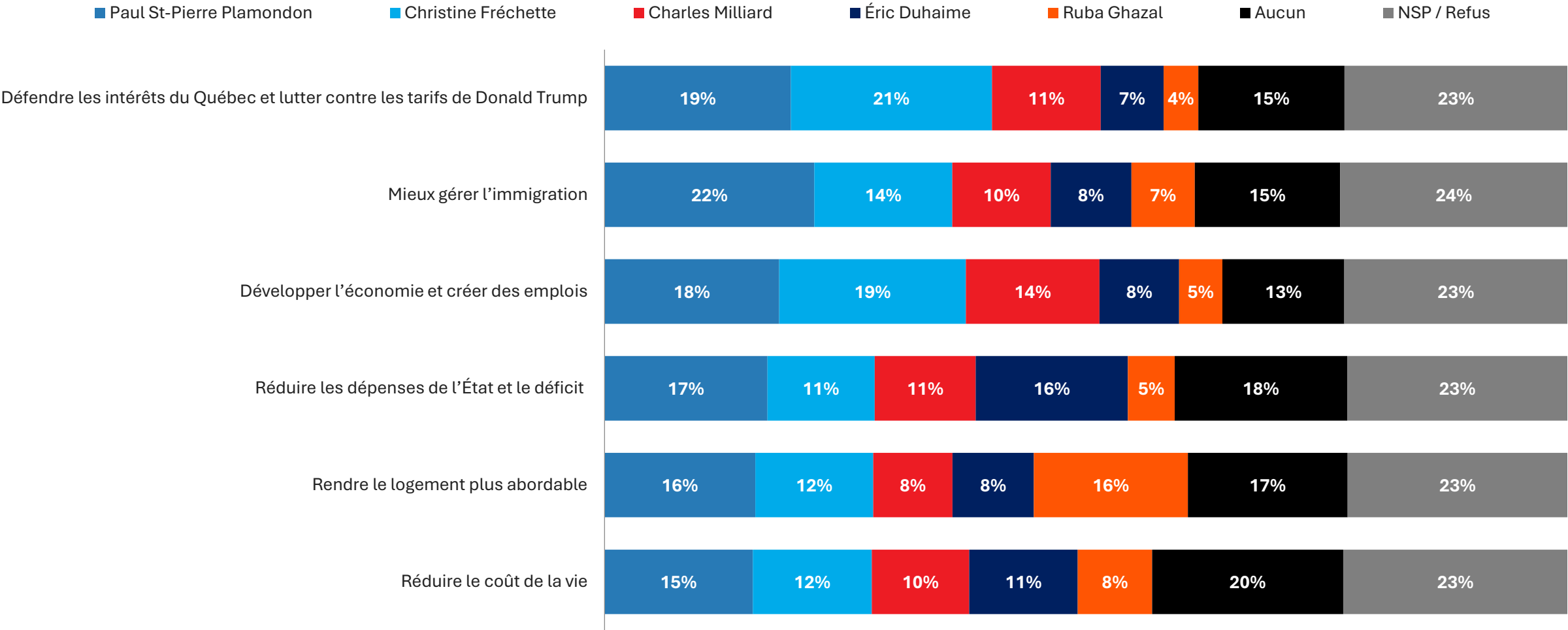


	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc	PQ	CAQ	PLQ	PCQ	QS
<i>n absolu=</i>	1 008	531	477	264	273	471	843	165	398	303	307	243	201	164	154	91
Oui, en accord avec l'imposition de nouveaux tarifs douaniers sur certains produits américains	66%	68%	65%	57%	57%	79%	66%	67%	72%	62%	60%	77%	83%	76%	33%	78%
Non, en désaccord avec l'imposition de nouveaux tarifs douaniers sur certains produits américains	20%	23%	18%	25%	26%	13%	21%	18%	18%	24%	22%	18%	11%	9%	55%	13%
NSP / Refus	13%	9%	17%	18%	17%	8%	13%	15%	10%	14%	17%	5%	6%	14%	12%	9%

Confiance à l'égard des chefs pour gérer divers enjeux

Q8. Parmi les chefs de partis politiques provinciaux, à qui faites-vous le plus confiance pour ...

Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=1 008)



Profil des répondant·e·s

Profil des répondant·e·s – Échantillon québécois

(Base n=1 008)

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition des répondant·e·s du Québec, avant et après la pondération. L'échantillon recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,06 et un facteur maximum de pondération de 3,91. La variance de la pondération est de 0,579.

Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	531	498
Femme	477	515

Langue maternelle

	Non-pondéré	Pondéré
Français	843	760
Anglais ou autres	165	253

Scolarité

	Non-pondéré	Pondéré
École primaire/secondaire	215	316
Études collégiales	310	410
Études universitaires	481	284

Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34 ans	264	247
35 à 54 ans	273	319
55 ans et plus	471	447

Régions

	Non-pondéré	Pondéré
Montréal RMR	398	505
Québec RMR	303	98
Reste du Québec	307	409

Présence d'enfant

	Non-pondéré	Pondéré
Oui	278	243
Non	730	770

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

Leger

Le pouvoir de savoir

leger360.com