



Rapport

Sondage express post-débat

15 septembre 2026

Sondage auprès de la population québécoise

le **journal** de
montréal

le **journal**
de **québec**

TVA
NOUVELLES

Date: 15 / 09 / 2026
Projet: 10018640



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 le débat des chefs présenté à TVA, LCN, Illico+ ou sur QUB Radio le 15 septembre 2026.

Méthode

Sondage en ligne auprès de 1 171 répondant·e·s, dont 746 qui ont regardé le débat en totalité ou en partie, âgé·e·s de 18 ans ou plus et ayant le droit de vote.

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

15 septembre 2026, à la fin du débat.

Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de 1 171 répondant·e·s aurait une marge d'erreur de **± 2,86%**, 19 fois sur 20, tandis qu'un sous-échantillon probabiliste de 746 répondant·e·s aurait une marge d'erreur de **± 3,59%**, 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%

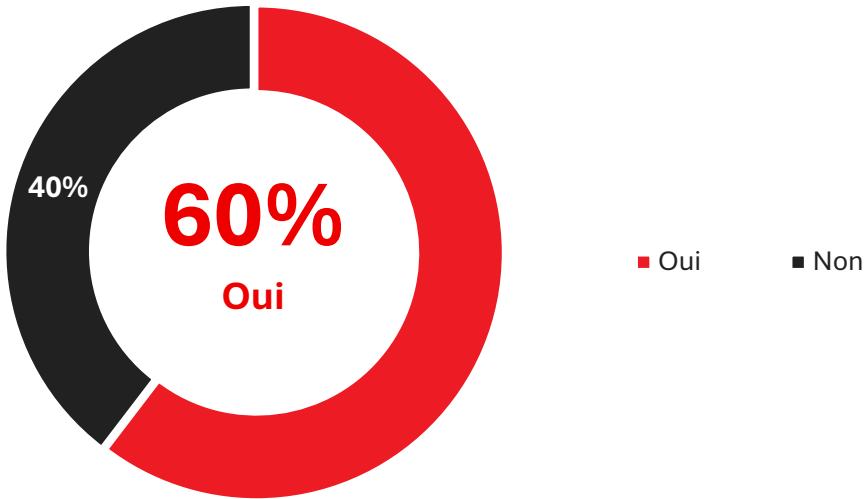
*Leger est classée la firme de sondage la plus précise au Canada par le site www.338Canada.com depuis cinq ans.

Résultats détaillés

Exposition au débat des chefs sur les ondes de TVA, LCN, Illico+ ou QUB Radio

Q1. Avez-vous regardé ce soir, en tout ou en partie, le débat des chefs à TVA, LCN, Illico+ ou sur QUB Radio?

Base: L'ensemble des répondant-e-s (n=1 171)



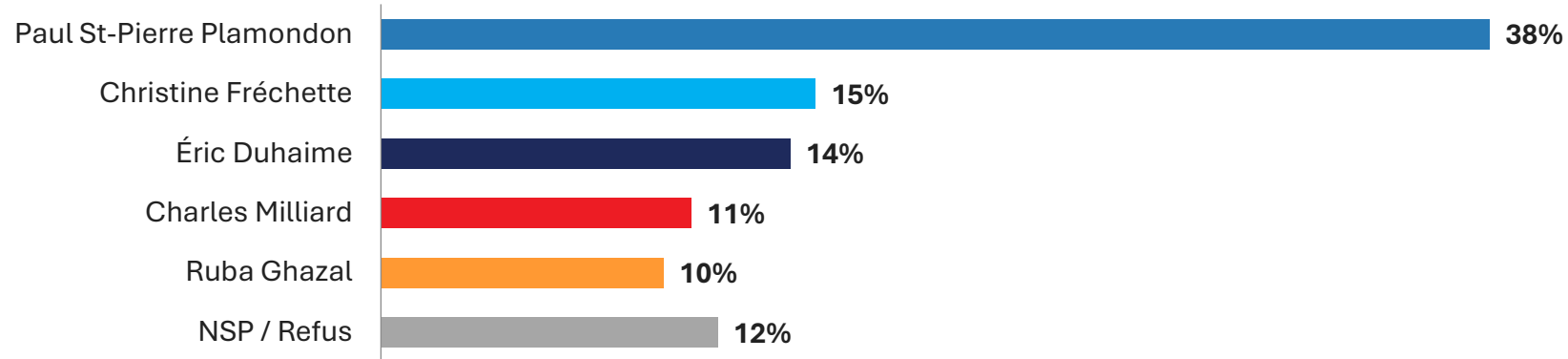
	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc
<i>n absolu=</i>	1 171	540	631	266	473	432	1 053	118	577	144	450
<i>n pondéré=</i>	1 171	575	596	283	374	513	887	284	579	117	475
Oui	60%	69%	52%	51%	60%	66%	67%	40%	55%	76%	62%
Non	40%	31%	48%	49%	40%	34%	33%	60%	44%	24%	38%

Cette question ne vise qu’à identifier les personnes ayant regardé le débat en totalité ou en partie. La proportion de répondant-e-s indiquant avoir regardé le débat, en tout ou en partie, ne doit pas être interprétée comme une mesure de l’audience ou comme une cote d’écoute. Il s’agit d’une mesure déclarative recueillie dans le cadre du sondage afin d’identifier les répondant-e-s ayant été exposés au débat et pouvant se prononcer sur sa performance. Cette proportion n’inclut que des personnes disponibles à répondre à un sondage à la fin du débat.

Perception du chef qui a gagné le débat sur les ondes de TVA, LCN, Illico+ ou QUB Radio

Q2. Selon vous, lequel des chefs a gagné le débat?

Base: Les répondant·e·s qui ont écouté en tout ou en partie le débat des chefs sur les ondes de TVA, LCN, Illico+ ou QUB Radio (n=746)



	Total Québec	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco.	Non-franco.	MTL RMR	QC RMR	Reste du Qc
<i>n absolu=</i>	746	398	348	155	290	301	694	52	356	103	287
<i>n pondéré=</i>	746	395	311	144	224	338	593	114	321	89	296
Paul St-Pierre Plamondon	38%	43%	33%	39%	42%	36%	43%	15%	39%	33%	39%
Christine Fréchette	15%	14%	16%	7%	8%	23%	14%	21%	17%	11%	14%
Éric Duhaime	14%	16%	12%	12%	17%	13%	13%	19%	11%	29%	13%
Charles Milliard	11%	13%	8%	16%	12%	8%	10%	16%	12%	12%	9%
Ruba Ghazal	10%	8%	13%	21%	10%	5%	9%	14%	9%	9%	11%
NSP / Refus	12%	7%	18%	6%	11%	14%	11%	15%	12%	5%	14%

Profil des répondant·e·s

Profil des répondant·e·s – Échantillon québécois

(Base n=1 171)

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 0,21 et un facteur maximum de pondération de 5,06. La variance de la pondération est de 0,642.

Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	540	575
Femme	631	596

Langue maternelle

	Non-pondéré	Pondéré
Français	1 053	887
Anglais ou autres	118	284

Scolarité

	Non-pondéré	Pondéré
École primaire/secondaire	243	342
Études collégiales	342	494
Études universitaires	586	335

Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34 ans	266	283
35 à 54 ans	473	374
55 ans et plus	432	513

Régions

	Non-pondéré	Pondéré
Montréal RMR	577	579
Québec RMR	144	117
Reste du Québec	450	475

Présence d'enfant

	Non-pondéré	Pondéré
Oui	383	346
Non	788	825

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