

Rapport

# PRÉOCCUPATION FACE À LA COVID-19

Sondage auprès des Canadiennes et  
Canadiens

DATE 19/03/2020 NUMÉRO DE PROJET 16121-004





# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

# MÉTHODOLOGIE

Un **sondage web** a été réalisé du **13 au 16 mars 2020** auprès de **1 538 Canadien(es)**, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation ainsi que la présence d'enfants dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

À titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 538 répondants est de **± 2,5%**, et ce, 19 fois sur 20.

## Notes pour la lecture du rapport :

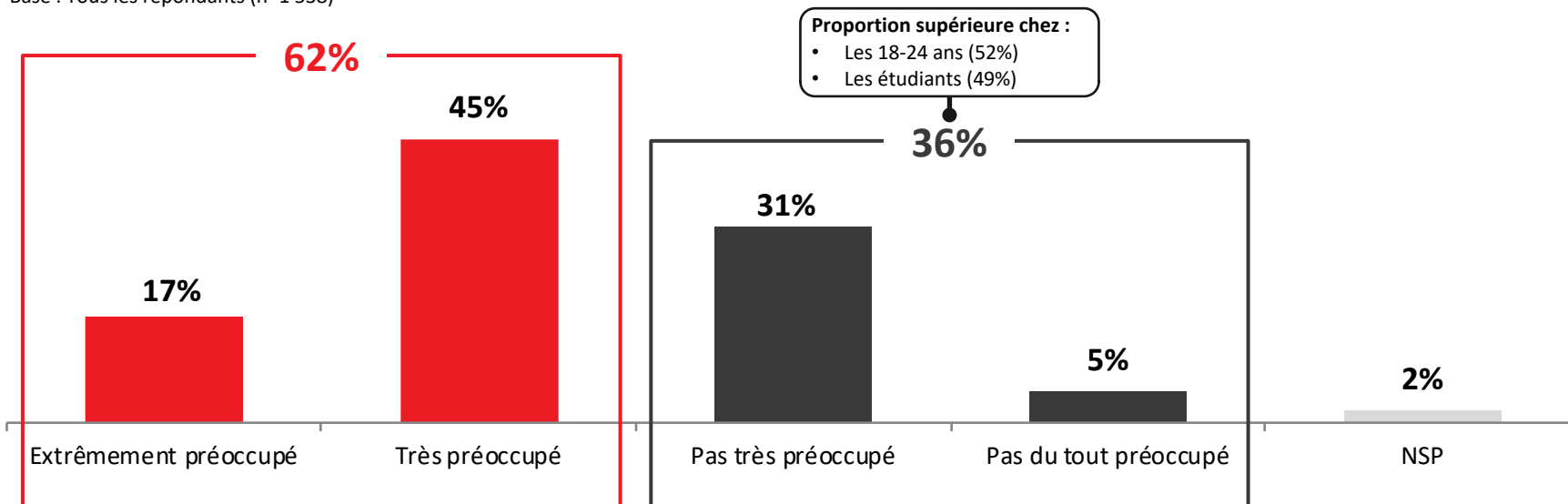
- Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.
- Les nombres en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément
- Les résultats présentant des différences statistiquement significatives et pertinentes sont indiqués dans les encadrés à côté de la présentation des résultats globaux.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# PRÉOCCUPATION ENVERS LA COVID-19

Q1. Êtes-vous préoccupé par la menace que représente la COVID-19, communément appelée le coronavirus, au Canada?

Base : Tous les répondants (n=1 538)



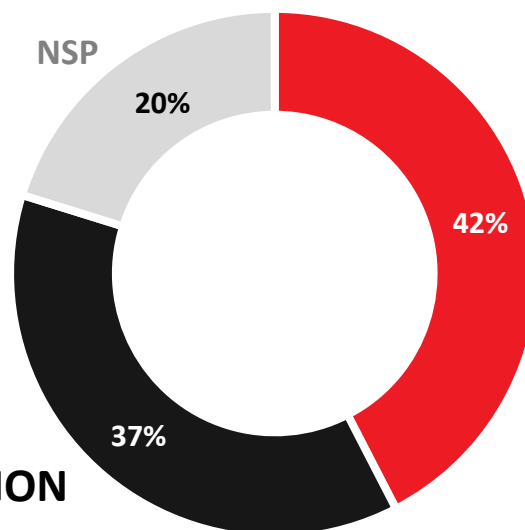
	Total	Province						Sexe		Âge			Langue maternelle			Enfant(s)	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB	BC	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Fr	Ang	Autre	Oui	Non
<b>TOTAL PRÉOCCUPÉ</b>	<b>62%</b>	<b>64%</b>	<b>58%</b>	<b>64%</b>	<b>58%</b>	<b>65%</b>	<b>61%</b>	<b>63%</b>	<b>61%</b>	<b>54%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>56%</b>	61%	<b>76%</b>	<b>66%</b>	<b>60%</b>
Extrêmement préoccupé	17%	7%	16%	17%	17%	26%	18%	18%	17%	17%	21%	15%	15%	16%	26%	22%	16%
Très préoccupé	45%	57%	42%	47%	41%	39%	43%	46%	44%	37%	44%	51%	41%	45%	50%	44%	45%
<b>TOTAL PAS PRÉOCCUPÉ</b>	<b>36%</b>	<b>35%</b>	<b>41%</b>	<b>33%</b>	<b>41%</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>	<b>36%</b>	<b>36%</b>	<b>43%</b>	<b>33%</b>	<b>34%</b>	<b>44%</b>	37%	<b>23%</b>	<b>32%</b>	<b>38%</b>
Pas très préoccupé	31%	33%	34%	29%	38%	33%	27%	29%	33%	36%	27%	31%	35%	32%	18%	26%	33%
Pas du tout préoccupé	5%	1%	8%	4%	4%	2%	8%	7%	3%	7%	6%	3%	8%	4%	5%	5%	5%
<b>Ne sait pas</b>	<b>2%</b>	1%	1%	2%	1%	1%	4%	1%	3%	3%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%

# PERCEPTION DES MESURES PRISES PAR LE GOUVERNEMENT CANADIEN

## CANADIEN

Q3. Croyez-vous que le gouvernement canadien en fait assez pour protéger les Canadiens contre la propagation du COVID-19, communément appelée le coronavirus?

Base : Tous les répondants (n=1 538)



**OUI**

Proportion supérieure chez :

- Les répondants qui ne sont pas préoccupés par la menace que représente la COVID-19 (50%)

**NON**

Proportion supérieure chez :

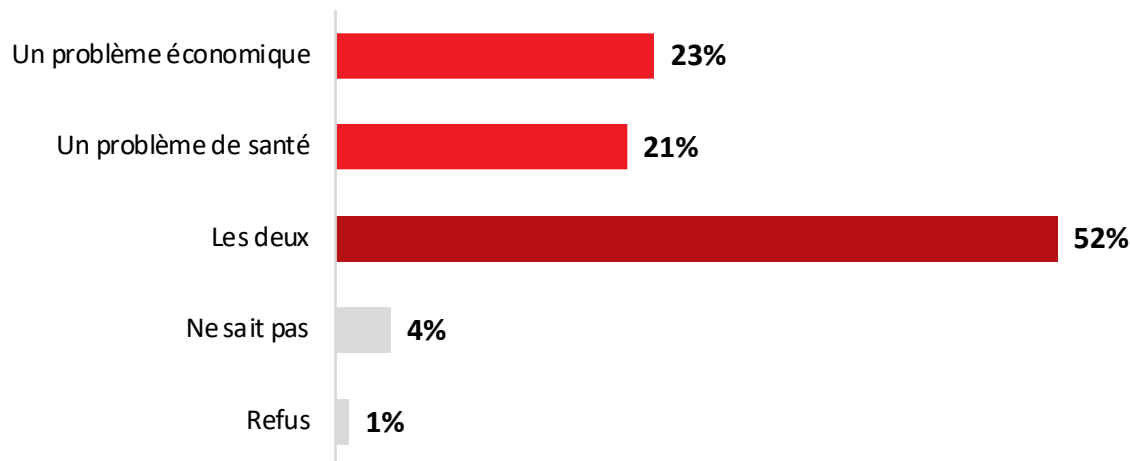
- Les répondants qui sont préoccupés par la menace que représente la COVID-19 (43%)

	Total	Province						Sexe		Âge			Langue maternelle			Enfant(s)	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB	BC	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Fr	Ang	Autre	Oui	Non
	n= 1 538	100	416	604	131	132	155	784	754	389	540	609	346	954	234	406	1 121
Oui	42%	48%	37%	43%	38%	43%	45%	45%	39%	48%	35%	44%	36%	44%	39%	41%	42%
Non	37%	24%	50%	34%	35%	31%	38%	38%	37%	35%	43%	34%	53%	32%	39%	44%	35%
Ne sait pas	20%	28%	12%	23%	26%	26%	17%	17%	24%	17%	22%	22%	11%	23%	22%	15%	23%

# PROBLÈME ÉCONOMIQUE OU DE SANTÉ?

Q2. Est-ce que la COVID-19, communément appelée le coronavirus, constitue davantage un problème économique ou un problème de santé?

Base : Tous les répondants (n=1 538)

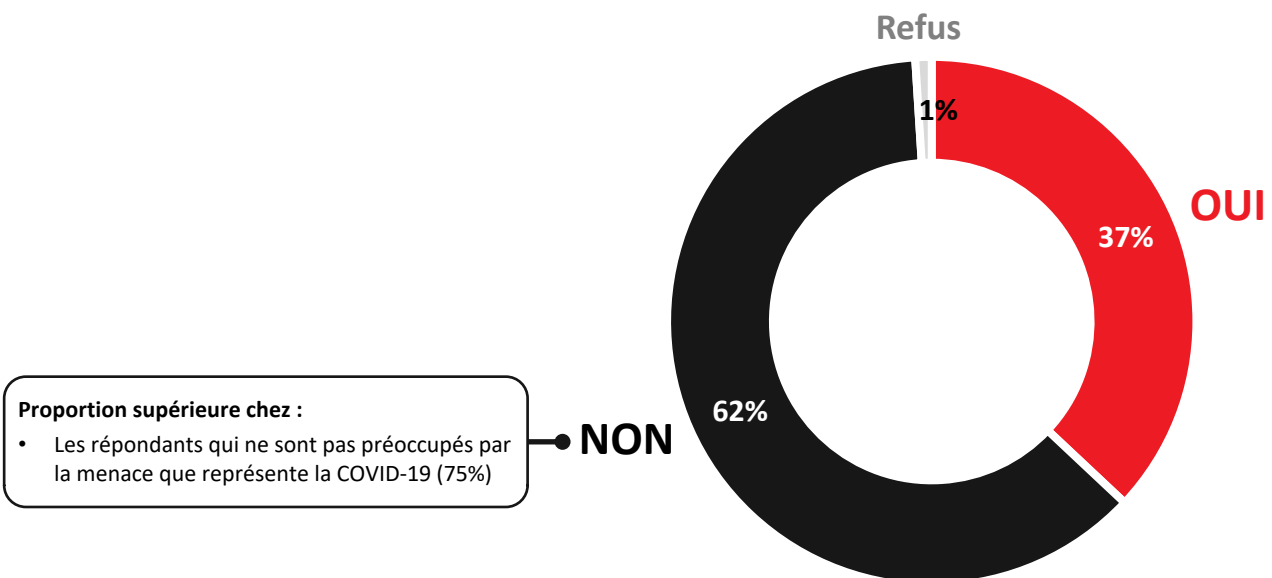


	Total	Province						Sexe		Âge			Langue maternelle			Enfant(s)	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB	BC	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Fr	Ang	Autre	Oui	Non
	n= 1 538	100	416	604	131	132	155	784	754	389	540	609	346	954	234	406	1 121
Un problème économique	23%	24%	20%	26%	31%	20%	19%	25%	21%	28%	22%	21%	19%	24%	22%	25%	23%
Un problème de santé	21%	25%	23%	16%	22%	23%	26%	21%	21%	17%	15%	28%	21%	21%	19%	15%	23%
Les deux	52%	42%	56%	52%	41%	54%	52%	50%	54%	49%	59%	47%	58%	49%	57%	57%	50%
Ne sait pas	4%	6%	1%	5%	4%	2%	3%	4%	3%	5%	3%	3%	2%	4%	1%	3%	4%
Refus	1%	2%	1%	1%	2%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	1%

# MODIFICATION DES PLANS DE VOYAGE

Q4. Est-ce que vos plans de voyage pour les prochains mois ont été modifiés en raison de la situation liée au COVID-19, communément appelée le coronavirus?

Base : Tous les répondants (n=1 538)



Proportion supérieure chez :

- Les répondants qui ne sont pas préoccupés par la menace que représente la COVID-19 (75%)

	Total	Province						Sexe		Âge			Langue maternelle			Enfant(s)	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB	BC	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Fr	Ang	Autre	Oui	Non
	n= 1 538	100	416	604	131	132	155	784	754	389	540	609	346	954	234	406	1 121
Oui	37%	30%	43%	37%	26%	34%	41%	37%	38%	34%	38%	39%	40%	35%	45%	41%	36%
Non	62%	70%	56%	62%	73%	64%	59%	62%	61%	65%	60%	61%	58%	65%	55%	59%	63%
Refus	1%	0%	1%	1%	2%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	2%	1%	0%	1%	1%



# PROFIL DES RÉPONDANTS

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## RÉGION



Canada	
Atlantique	7%
Québec	23%
Ontario	38%
Manitoba/Saskatchewan	7%
Alberta	11%
Colombie-Britannique	14%

## GENRE



Homme

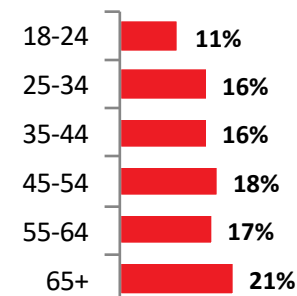
49%



Femme

51%

## ÂGE



## LANGUE

Anglais

66%

Français

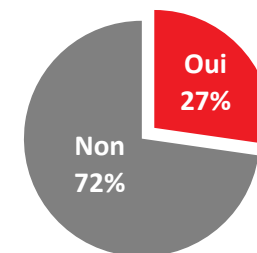
21%

Autre

13%



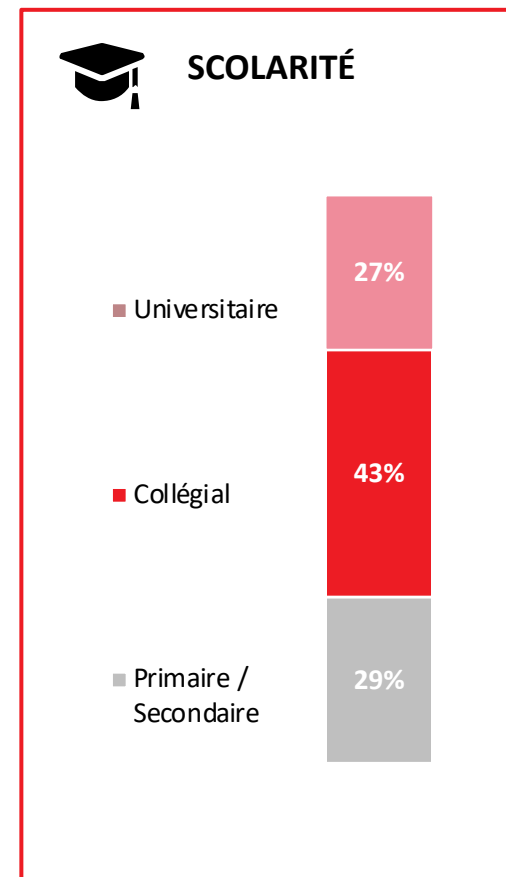
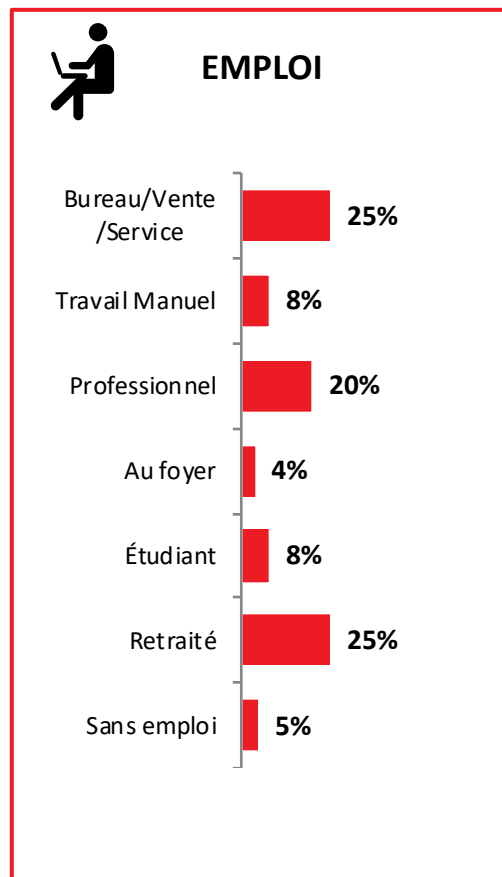
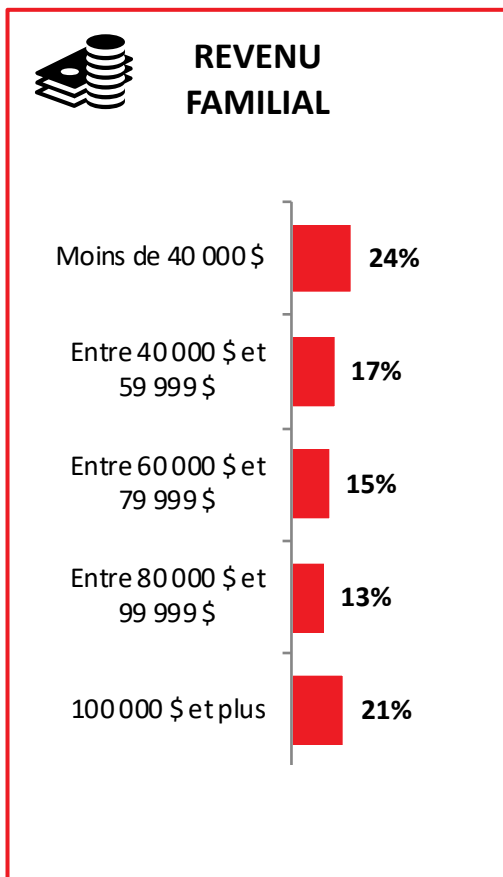
## ENFANT



Base : Tous les répondants (n=1 538)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

# PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=1 538)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

# NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**  
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**  
Analyse de modélisation de données
- **Legerweb**  
Gestion de panel
- **Léger Communauté**  
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**  
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**  
Worldwide Independent Network (WIN)

**600**  
EMPLOYÉS



**185**  
CONSULTANTS



**8**  
BUREAUX

CALGARY | EDMONTON | MONTRÉAL | PHILADELPHIE  
QUÉBEC | TORONTO | VANCOUVER | WINNIPEG

# 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.

# Leger

—  
*Comprendre le monde*



[leger360.com](http://leger360.com)



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)