

---

TRACKER NORD-AMÉRICAIN

# Le 9ger

ÉDITION DU  
**11 Août 2022**



LA PRESSE **CANADIENNE**

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## MÉTHODOLOGIE



Ce sondage web a été réalisé par Léger, la plus importante firme de sondage et recherche marketing à propriété canadienne, en collaboration avec La Presse canadienne. Ce sondage a été réalisé auprès d'un échantillon représentatif **de 1 509 Canadiens et 1 002 Américains** de plus de 18 ans, sélectionnés à partir du panel représentatif LEO (Leger Opinion). Le questionnaire utilisé comprenait 25 questions et a été répondu en 10 minutes en moyenne. La cueillette des données s'est déroulée entre **le 5 août 2022 et le 7 août 2022** à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur CAWI (Computer-assisted Web interviewing technology).

Les données ont ensuite été analysées et pondérées par nos statisticiens en utilisant les variables de référence du recensement canadien de 2016 selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation et la présence des enfants dans les ménages afin de rendre l'échantillon représentatif de la population générale. Les données américaines ont été analysées et pondérées par nos statisticiens en utilisant les variables de référence du recensement des États-Unis de 2010 selon le sexe, l'âge, la région, l'origine, la taille du ménage et le niveau d'éducation afin de rendre l'échantillon représentatif de la population générale.

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## MÉTHODOLOGIE



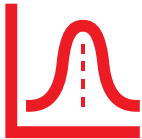
Le panel LEO (Leger Opinion) est le plus grand panel canadien avec plus de 400 000 panélistes représentatifs provenant de toutes les régions du Canada. LEO a été créé par Léger sur la base d'un échantillon canadien représentatif des citoyens canadiens ayant accès à Internet.

Les panélistes de LEO ont été sélectionnées aléatoirement (RDD) à partir du son centre d'appel de Léger auxquels ont été ajoutés, à l'aide de campagnes de recrutement ciblé, des panélistes provenant de groupes cibles plus difficiles à rejoindre. Le processus de sélection double-opt-in, le modèle de détection des fraudeurs et le renouvellement de 25% du panel chaque année assurent une qualité totale des répondants. Pour assurer un taux de réponse plus élevé et rejoindre les clientèles mobiles, Léger a aussi développé une application Apple et Android performante.

Léger est d'ailleurs la seule firme de recherche canadienne offrant autant la quantité que la qualité des panélistes. D'ailleurs la majorité des firmes de sondage concurrentes du Canada et des États-Unis utilisent aussi le panel LEO.

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## MÉTHODOLOGIE



Une marge d'erreur ne peut pas être associée à un échantillon non probabiliste dans le cadre d'une enquête par panel. À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait **une marge d'erreur de  $\pm 2,52\%$ , et ce, 19 fois sur 20** pour l'échantillon canadien et de **de  $\pm 3,09\%$ , et ce, 19 fois sur 20** pour l'échantillon américain. Les résultats présentés dans cette étude sont conformes aux standards en matière de recherche sur l'opinion publique et aux exigences de divulgation du CRIC (Conseil d'intelligence et de recherche marketing canadien) et du réseau mondial ESOMAR. Léger est un membre fondateur du CRIC et s'implique activement afin de hausser les standards de qualité dans l'industrie du sondage. Le Président Jean-Marc Léger est membre du Conseil d'administration du CRIC et aussi le représentant canadien d'ESOMAR.

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## 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 (Philadelphie). L'agrégateur de sondages 338Canada.coma 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%

# NOTES POUR LA LECTURE DU RAPPORT

## MÉTHODOLOGIE



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.

Dans ce rapport, les données en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

Si vous avez des questions relatives aux données présentées dans ce rapport, veuillez contacter Christian Bourque, Vice-président exécutif et associé à l'adresse courriel suivante : [cbourque@leger360.com](mailto:cbourque@leger360.com) ou Jack Jedwab, Président & CEO de l'Association d'Études Canadiennes : [jack.jedwab@acs-aec.ca](mailto:jack.jedwab@acs-aec.ca).

Pour toute question relative à nos services ou pour une demande d'entrevue, veuillez nous contacter [en cliquant ici](#).



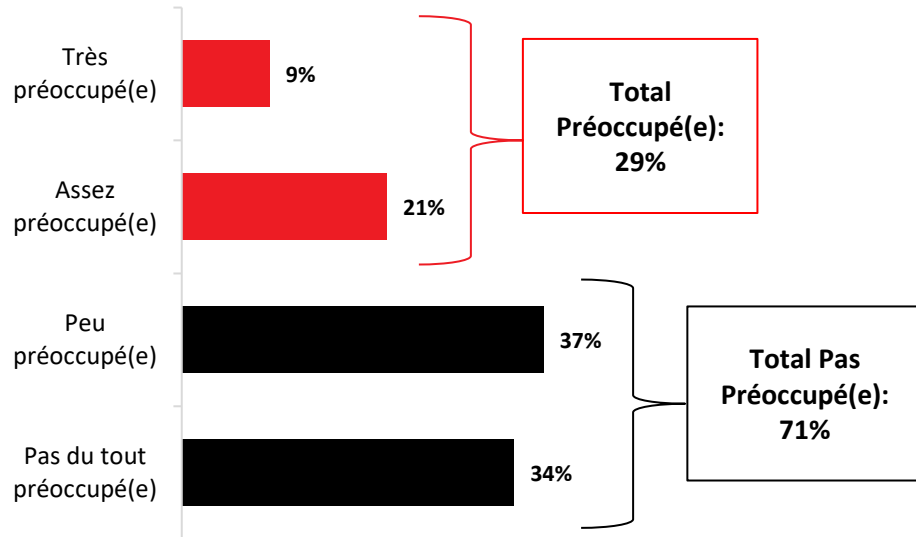
**Leger**

**RETOUR AU TRAVAIL**

# CRAINTE DE PERDRE SON EMPLOI (1/2)

CTC1008. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement (n=974)





## CRAINTE DE PERDRE SON EMPLOI (2/2)

CTC1008. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?



Base: Répondants qui ont un emploi actuellement

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	866	60	203	331	51	108	114	319	382	166	369	331	153
n absolu =	974	69	274	384	74	82	91	375	442	157	428	365	170
<b>Total Préoccupé(e)</b>	<b>29%</b>	19%	<b>16%</b>	<b>35%</b>	37%	37%	30%	33%	30%	<b>19%</b>	<b>34%</b>	30%	<b>17%</b>
Très préoccupé(e)	<b>9%</b>	7%	<b>5%</b>	11%	12%	11%	5%	11%	9%	<b>5%</b>	11%	8%	<b>3%</b>
Assez préoccupé(e)	<b>21%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	24%	25%	26%	25%	23%	21%	<b>14%</b>	23%	22%	<b>13%</b>
<b>Total Pas Préoccupé(e)</b>	<b>71%</b>	81%	<b>84%</b>	<b>65%</b>	63%	63%	70%	67%	70%	<b>81%</b>	<b>66%</b>	70%	<b>83%</b>
Peu préoccupé(e)	<b>37%</b>	46%	33%	36%	35%	40%	39%	37%	33%	43%	36%	34%	40%
Pas du tout préoccupé(e)	<b>34%</b>	35%	<b>51%</b>	<b>29%</b>	28%	<b>23%</b>	31%	<b>29%</b>	37%	38%	<b>29%</b>	36%	<b>43%</b>

# CRAINTE DE PERDRE SON EMPLOI (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1008. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

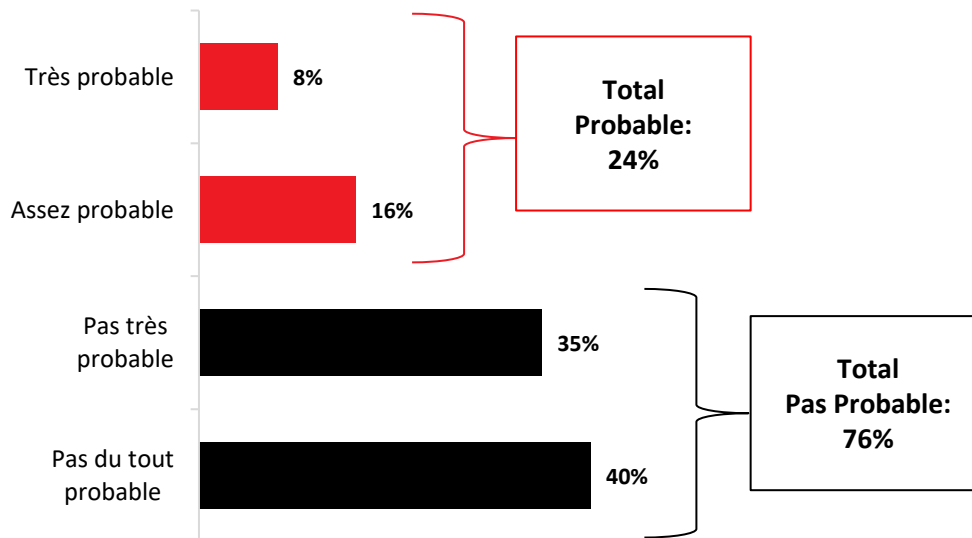
Base: Répondants qui ont un emploi actuellement

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	866	584	
n absolu =	974	560	
<b>Total Préoccupé(e)</b>	<b>29%</b>	<b>37%</b>	8
Très préoccupé(e)	9%	19%	10
Assez préoccupé(e)	21%	18%	3
<b>Total Pas Préoccupé(e)</b>	<b>71%</b>	<b>63%</b>	8
Peu préoccupé(e)	37%	33%	4
Pas du tout préoccupé(e)	34%	30%	4

# PROBABILITÉ DE QUITTER SON EMPLOI (1/2)

CTC1009. Dans quelle mesure est-il probable que vous quittiez votre emploi actuel au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement (n=974)



# PROBABILITÉ DE QUITTER SON EMPLOI (2/2)

CTC1009. Dans quelle mesure est-il probable que vous quittiez votre emploi actuel au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	866	60	203	331	51	108	114	319	382	166	369	331	153
n absolu =	974	69	274	384	74	82	91	375	442	157	428	365	170
<b>Total Probable</b>	24%	25%	14%	28%	21%	22%	33%	33%	21%	14%	24%	27%	19%
Très probable	8%	3%	5%	9%	6%	13%	10%	11%	7%	6%	9%	6%	9%
Assez probable	16%	22%	9%	19%	15%	9%	22%	22%	14%	9%	14%	21%	11%
<b>Total Pas Probable</b>	76%	75%	86%	72%	79%	78%	67%	67%	79%	86%	76%	73%	81%
Pas très probable	35%	38%	37%	35%	38%	36%	31%	33%	36%	39%	36%	32%	41%
Pas du tout probable	40%	38%	49%	37%	41%	42%	37%	34%	43%	47%	40%	42%	40%

# PROBABILITÉ DE QUITTER SON EMPLOI (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1009. Dans quelle mesure est-il probable que vous quittiez votre emploi actuel au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement

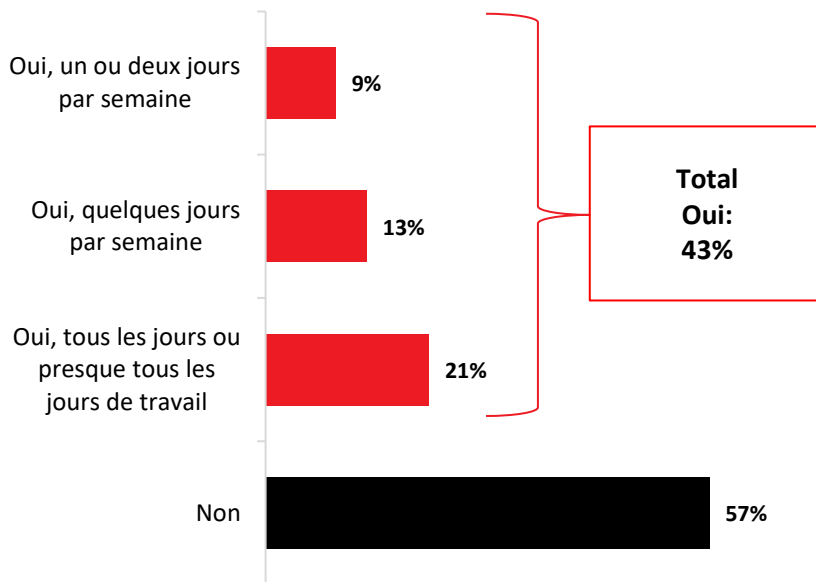


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	866	584	
n absolu =	974	560	
<b>Total Probable</b>	24%	25%	1
Très probable	8%	11%	3
Assez probable	16%	14%	2
<b>Total Pas Probable</b>	76%	75%	1
Pas très probable	<b>35%</b>	<b>30%</b>	5
Pas du tout probable	40%	45%	5

# TÉLÉTRAVAIL (1/2)

CTC1010. Votre emploi vous permet-il actuellement de travailler de la maison?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement (n=974)



# TÉLÉTRAVAIL (2/2)

CTC1010. Votre emploi vous permet-il actuellement de travailler de la maison?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	866	60	203	331	51	108	114	319	382	166	369	331	153
n absolu =	974	69	274	384	74	82	91	375	442	157	428	365	170
<b>Total Oui</b>	<b>43%</b>	<b>27%</b>	41%	<b>48%</b>	<b>27%</b>	40%	48%	44%	42%	41%	45%	<b>50%</b>	<b>24%</b>
Oui, un ou deux jours par semaine	<b>9%</b>	4%	11%	7%	11%	7%	13%	10%	9%	6%	11%	9%	<b>4%</b>
Oui, quelques jours par semaine	<b>13%</b>	8%	11%	<b>16%</b>	<b>4%</b>	15%	10%	14%	13%	11%	12%	<b>17%</b>	<b>8%</b>
Oui, tous les jours ou presque tous les jours de travail	<b>21%</b>	15%	19%	24%	<b>11%</b>	18%	24%	20%	21%	24%	23%	23%	<b>12%</b>
Non	<b>57%</b>	<b>73%</b>	59%	<b>52%</b>	<b>73%</b>	60%	52%	56%	58%	59%	55%	<b>50%</b>	<b>76%</b>

# TÉLÉTRAVAIL (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1010. Votre emploi vous permet-il actuellement de travailler de la maison?

Base: Répondants qui ont un emploi actuellement



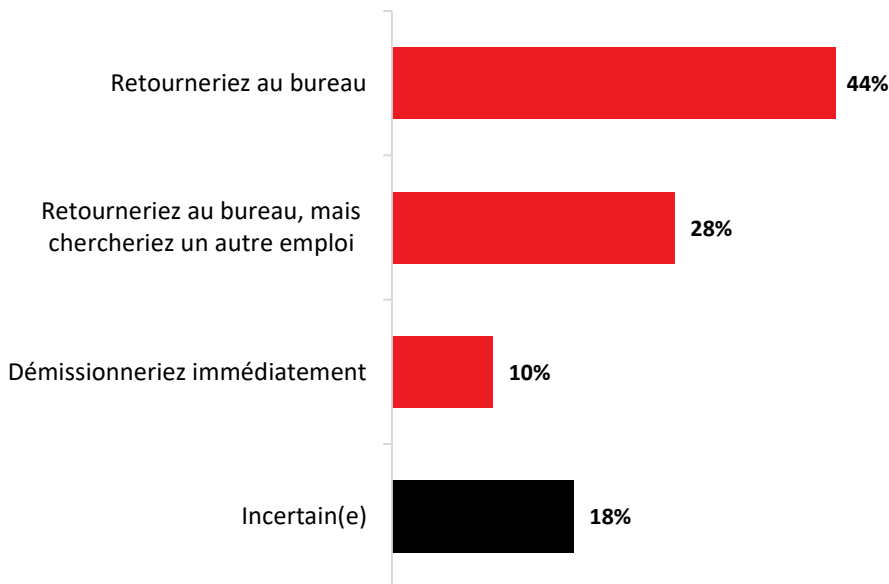
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	866	584	
n absolu =	974	560	
<b>Total Oui</b>	43%	47%	4
Oui, un ou deux jours par semaine	9%	11%	2
Oui, quelques jours par semaine	13%	13%	-
Oui, tous les jours ou presque tous les jours de travail	21%	22%	1
<b>Non</b>	57%	53%	4



# RETOURNER AU BUREAU À TEMPS PLEIN (1/2)

CTC1011. Si votre employeur vous demandait de retourner au bureau à plein temps dans un avenir très proche, est-ce que vous...

Base: Répondants qui ont un travail qui leur permet de travailler à la maison (n=480)



# RETOURNER AU BUREAU À TEMPS PLEIN (2/2)

CTC1011. Si votre employeur vous demandait de retourner au bureau à plein temps dans un avenir très proche, est-ce que vous...

Base: Répondants qui ont un travail qui leur permet de travailler à la maison

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	369	16	83	158	14	43	54	139	162	68	166	164	37
n absolu =	480	24	130	212	28	41	45	186	221	73	227	202	49
Retourneriez au bureau	44%	67%	38%	42%	58%	47%	43%	38%	49%	44%	40%	46%	42%
Retourneriez au bureau, mais chercheriez un autre emploi	28%	11%	32%	28%	33%	18%	32%	34%	28%	16%	30%	27%	27%
Démissionneriez immédiatement	10%	16%	10%	8%	8%	16%	11%	11%	7%	14%	10%	11%	4%
Incertain(e)	18%	6%	19%	22%	2%	19%	14%	17%	16%	27%	19%	16%	27%

# RETOURNER AU BUREAU À TEMPS PLEIN (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1011. Si votre employeur vous demandait de retourner au bureau à plein temps dans un avenir très proche, est-ce que vous...

Base: Répondants qui ont un travail qui leur permet de travailler à la maison



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	369	274	
n absolu =	480	285	
Retourneriez au bureau	44%	46%	2
Retourneriez au bureau, mais chercheriez un autre emploi	28%	25%	3
Démissionneriez immédiatement	10%	12%	2
Incertain(e)	18%	17%	1



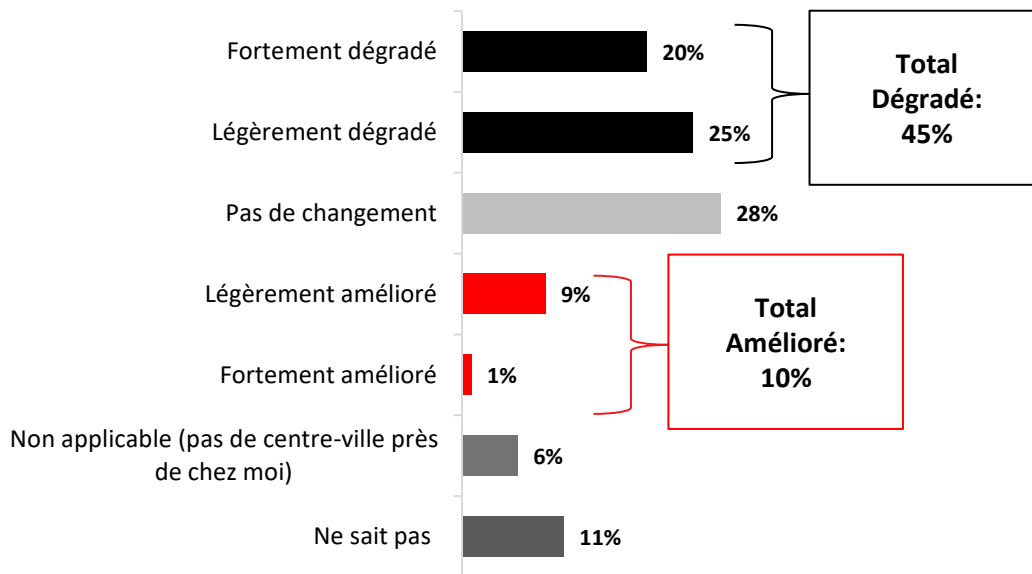
**Leger**  
CONSULTANTS

**SITUATION DANS LES CENTRES-VILLES**

# ÉTAT DU CENTRE-VILLE (1/2)

CTC1012 . Au cours de la dernière année, diriez-vous que l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence a...

Base: Tous les répondants (n=1 509)



## ÉTAT DU CENTRE-VILLE (2/2)

CTC1012 . Au cours de la dernière année, diriez-vous que l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence a...

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 509	102	348	584	97	168	210	402	486	621	635	548	308
n absolu =	1 509	100	407	601	125	125	151	454	546	509	652	544	297
<b>Total Dégradé</b>	<b>45%</b>	37%	<b>39%</b>	45%	<b>58%</b>	47%	54%	41%	43%	<b>50%</b>	46%	<b>50%</b>	<b>38%</b>
Fortement dégradé	<b>20%</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>17%</b>	<b>32%</b>	26%	<b>31%</b>	<b>16%</b>	20%	22%	19%	<b>23%</b>	18%
Légèrement dégradé	<b>25%</b>	26%	24%	28%	26%	21%	22%	25%	23%	27%	27%	26%	<b>20%</b>
Pas de changement	<b>28%</b>	34%	<b>34%</b>	25%	<b>18%</b>	30%	26%	31%	30%	<b>24%</b>	31%	<b>24%</b>	29%
<b>Total Amélioré</b>	<b>10%</b>	17%	12%	11%	<b>2%</b>	8%	6%	9%	9%	11%	10%	11%	8%
Légèrement amélioré	<b>9%</b>	16%	11%	8%	<b>2%</b>	8%	<b>5%</b>	6%	9%	10%	9%	10%	6%
Fortement amélioré	<b>1%</b>	1%	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	1%	2%	<b>0%</b>	1%	2%	1%	1%
Non applicable (pas de centre-ville près de chez moi)	<b>6%</b>	7%	6%	6%	11%	<b>2%</b>	9%	7%	<b>4%</b>	8%	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>17%</b>
Ne sait pas	<b>11%</b>	<b>5%</b>	9%	<b>14%</b>	12%	13%	<b>5%</b>	13%	13%	<b>8%</b>	9%	13%	9%

# ÉTAT DU CENTRE-VILLE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1012 . Au cours de la dernière année, diriez-vous que l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence a...

Base: Tous les répondants

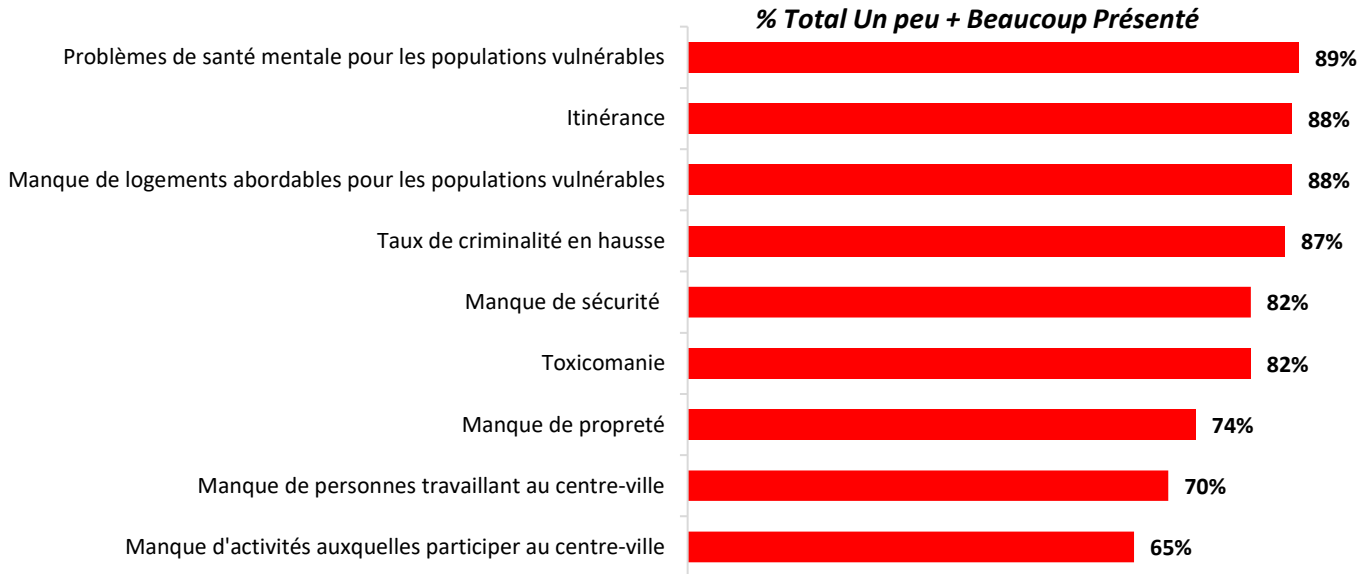


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	1 509	1 002	
n absolu =	1 509	1 002	
<b>Total Dégradé</b>	<b>45%</b>	<b>31%</b>	14
Fortement dégradé	20%	14%	6
Légèrement dégradé	25%	17%	8
Pas de changement	28%	33%	5
<b>Total Amélioré</b>	10%	12%	2
Légèrement amélioré	9%	9%	-
Fortement amélioré	1%	3%	2
Non applicable (pas de centre-ville près de chez moi)	6%	10%	4
Ne sait pas	11%	14%	3

# FACTEURS QUI CONTRIBUENT AU DÉCLIN (1/2)

CTC1013 . Dans quelle mesure les facteurs suivants ont-ils contribué au déclin de l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence...

Base: Répondants qui croient que l'état de leur centre-ville s'est détérioré (n=670)





# FACTEURS QUI CONTRIBUENT AU DÉCLIN (2/2)

CTC1013 . Dans quelle mesure les facteurs suivants ont-ils contribué au déclin de l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence...

Base: Répondants qui croient que l'état de leur centre-ville s'est détérioré

<b>% Total Un peu + Beaucoup Présenté</b>	<b>TOTAL CANADA</b>	<b>ATL</b>	<b>QC</b>	<b>ON</b>	<b>MB/SK</b>	<b>AB</b>	<b>CB</b>	<b>Homme</b>	<b>Femme</b>	<b>18-34</b>	<b>35-54</b>	<b>55+</b>	<b>Milieu Urbain</b>	<b>Banlieue</b>	<b>Milieu Rural</b>
n pondéré =	685	38	137	262	56	79	113	325	360	165	210	309	292	273	116
n absolu =	670	35	162	263	74	60	76	338	332	179	239	252	291	269	107
Problèmes de santé mentale pour les populations vulnérables	89%	87%	86%	86%	90%	89%	99%	83%	94%	85%	88%	92%	90%	90%	85%
Itinérance	88%	81%	78%	87%	99%	95%	97%	87%	90%	85%	87%	91%	91%	90%	79%
Manque de logements abordables pour les populations vulnérables	88%	86%	85%	90%	87%	84%	93%	84%	93%	90%	89%	84%	88%	87%	90%
Taux de criminalité en hausse	87%	81%	78%	84%	96%	91%	98%	83%	90%	82%	85%	90%	85%	89%	86%
Manque de sécurité	82%	59%	68%	81%	97%	86%	96%	76%	87%	78%	79%	85%	84%	84%	72%
Toxicomanie	82%	69%	64%	82%	92%	93%	97%	80%	84%	79%	82%	84%	84%	83%	76%
Manque de propreté	74%	58%	73%	73%	84%	63%	88%	72%	77%	83%	72%	71%	76%	74%	72%
Manque de personnes travaillant au centre-ville	70%	62%	90%	69%	64%	68%	53%	67%	72%	62%	73%	72%	70%	73%	61%
Manque d'activités auxquelles participer au centre-ville	65%	66%	60%	69%	70%	73%	55%	59%	71%	71%	65%	62%	67%	63%	69%

# FACTEURS QUI CONTRIBUENT AU DÉCLIN (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1013 . Dans quelle mesure les facteurs suivants ont-ils contribué au déclin de l'état du centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence...

Base: Répondants qui croient que l'état de leur centre-ville s'est détérioré

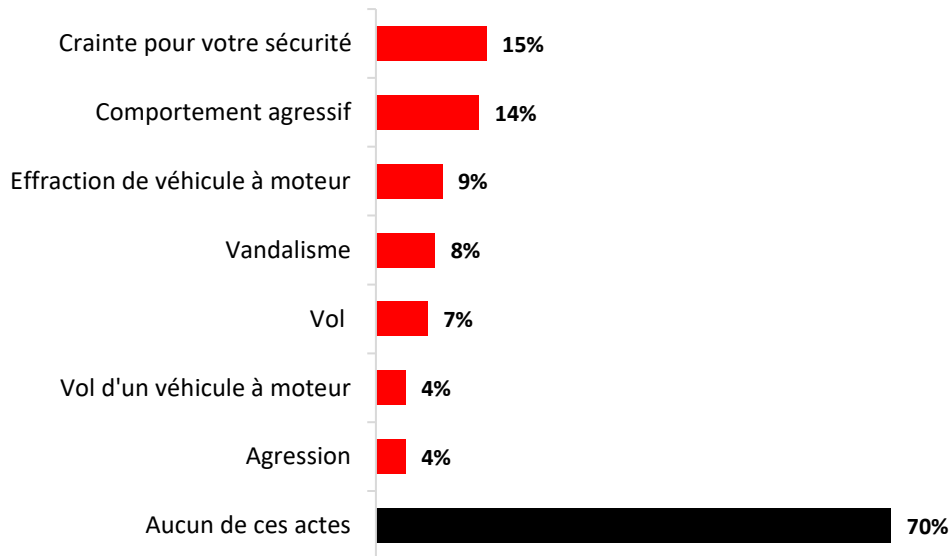


		TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
% Total Un peu + Beaucoup Présenté	n pondéré =	685	313	
	n absolu =	670	351	
Problèmes de santé mentale pour les populations vulnérables		89%	84%	5
Itinérance		88%	91%	3
Manque de logements abordables pour les populations vulnérables		<b>88%</b>	<b>80%</b>	8
Taux de criminalité en hausse		87%	91%	4
Manque de sécurité		<b>82%</b>	<b>89%</b>	7
Toxicomanie		82%	84%	2
Manque de propreté		74%	80%	6
Manque de personnes travaillant au centre-ville		70%	68%	2
Manque d'activités auxquelles participer au centre-ville		65%	65%	-

## EXPÉRIENCES AU CENTRE-VILLE (1/2)

CTC1014 . Au cours des six derniers mois, de quels actes avez-vous été victime, vous, un ami proche ou un membre de votre famille, dans le centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

Base: Tous les répondants (n=1 509)



## EXPÉRIENCES AU CENTRE-VILLE (2/2)

CTC1014 . Au cours des six derniers mois, de quels actes avez-vous été victime, vous, un ami proche ou un membre de votre famille, dans le centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

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
n pondéré =	1 509	102	348	584	97	168	210	736	773	402	486	621	635	548	308
n absolu =	1 509	100	407	601	125	125	151	770	739	454	546	509	652	544	297
Crainte pour votre sécurité	15%	7%	5%	17%	20%	17%	22%	12%	17%	15%	16%	14%	18%	14%	9%
Comportement agressif	14%	12%	9%	15%	19%	13%	18%	15%	12%	17%	13%	11%	17%	12%	9%
Effraction de véhicule à moteur	9%	12%	2%	10%	10%	7%	14%	8%	9%	13%	9%	5%	9%	9%	7%
Vandalisme	8%	9%	4%	8%	11%	9%	11%	7%	9%	9%	9%	6%	8%	9%	5%
Vol	7%	7%	2%	7%	5%	5%	16%	8%	6%	9%	9%	4%	10%	5%	4%
Vol d'un véhicule à moteur	4%	3%	2%	5%	5%	1%	6%	5%	3%	7%	3%	2%	5%	3%	4%
Agression	4%	1%	2%	4%	5%	2%	6%	4%	3%	6%	4%	3%	4%	4%	3%
Aucun de ces actes	70%	79%	82%	66%	62%	69%	61%	70%	69%	61%	68%	77%	63%	72%	78%

# EXPÉRIENCES AU CENTRE-VILLE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1014 . Au cours des six derniers mois, de quels actes avez-vous été victime, vous, un ami proche ou un membre de votre famille, dans le centre-ville de la grande ville la plus proche de votre lieu de résidence ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.






Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	ÉCART
n pondéré =	1 509	1 002	
n absolu =	1 509	1 002	
Crainte pour votre sécurité	15%	18%	3
Comportement agressif	14%	11%	3
Effraction de véhicule à moteur	9%	8%	1
Vandalisme	8%	6%	2
Vol	7%	5%	2
Vol d'un véhicule à moteur	4%	4%	-
Agression	4%	5%	1
Aucun de ces actes	70%	71%	1

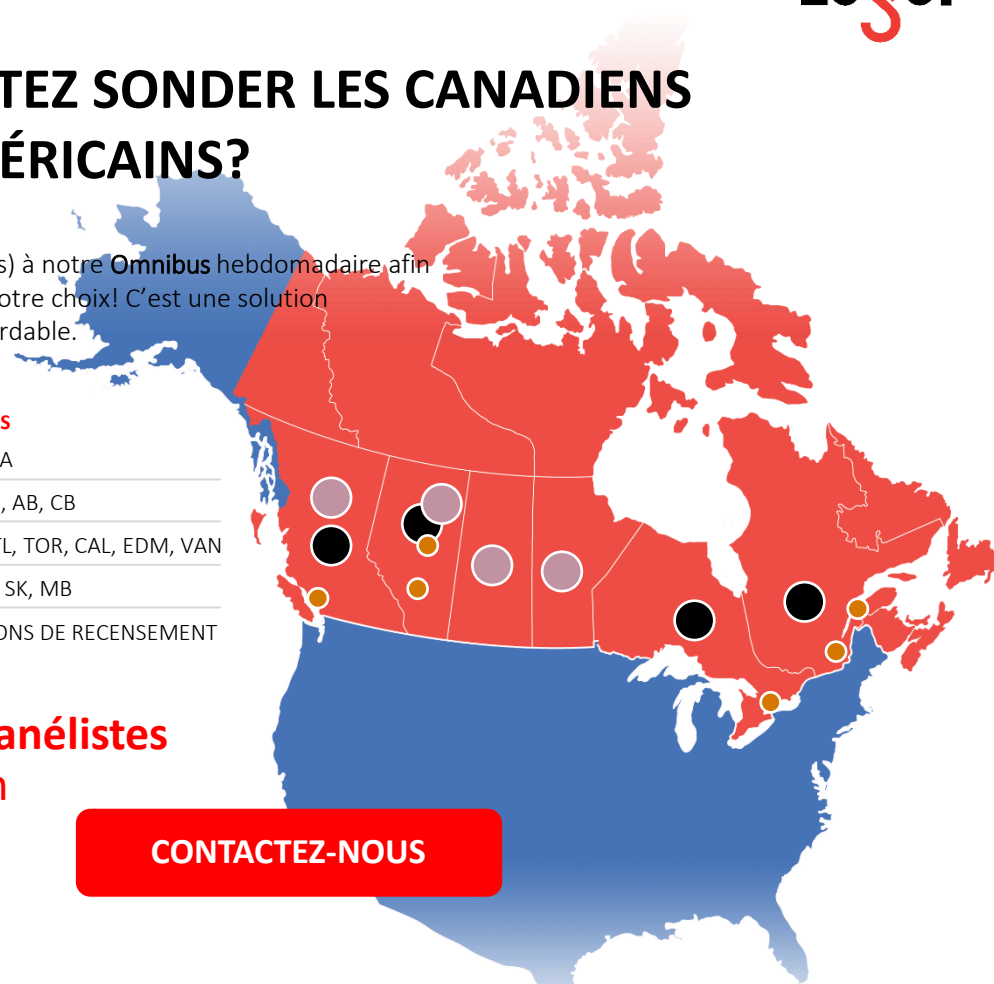
# VOUS SOUHAITEZ SONDER LES CANADIENS ET/OU LES AMÉRICAINS?

Ajoutez votre ou vos question(s) à notre **Omnibus** hebdomadaire afin d'interroger la population de votre choix! C'est une solution flexible, rapide, efficace et abordable.

TYPE D'OMNIBUS	n=	RÉGIONS
 NATIONAL	1 500	CANADA
 PROVINCIAL	1 000	QC, ON, AB, CB
 MUNICIPAL	500	QC, MTL, TOR, CAL, EDM, VAN
 OUEST	1 500	CB, AB, SK, MB
 AMÉRICAIN	1 000	4 RÉGIONS DE RECENSEMENT

Plus de **400 000 panélistes**  
à votre disposition

**CONTACTEZ-NOUS**





**Leger**

**ANNEXE**

## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

### ÉCHANTILLONS PONDÉRÉS ET NON PONDÉRÉS

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

Province	Non pondéré	Pondéré
Colombie-Britannique	151	210
Alberta	125	168
Manitoba/ Saskatchewan	125	97
Ontario	601	584
Québec	407	348
Atlantique	100	102

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

Région	Non pondéré	Pondéré
Nord-Est	211	179
MidWest	208	217
Sud	316	372
Ouest	267	233



# MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

## ÉCHANTILLONS PONDÉRÉS ET NON PONDÉRÉS POUR LE CANADA

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

SEXE	Non pondéré	Pondéré
Homme	770	736
Femme	739	773

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	454	402
Entre 35 et 55 ans	546	486
55 ans et plus	509	621

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	937	993
Français	359	310
Autre	211	204

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1898 et un facteur maximum de pondération de 4,2856. La variance de la pondération est de 0,4091.

## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

### ÉCHANTILLONS PONDÉRÉS ET NON PONDÉRÉS POUR LES ÉTATS-UNIS

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

SEXE	Non pondéré	Pondéré
Homme	476	487
Femme	526	515

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 29 ans	73	117
Entre 30 et 39 ans	178	276
Entre 40 et 49 ans	180	186
Entre 50 et 64 ans	282	251
65 ans et plus	282	172

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1309 et un facteur maximum de pondération de 5,3167. La variance de la pondération est de 0,5521.

## NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**  
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**  
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**  
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

MONTREAL | QUEBEC | TORONTO | WINNIPEG  
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

# 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.

# Leger

*Comprendre le monde*

