
TRACKER NORD-AMÉRICAIN

LeSger

ÉDITION DU
11 Avril 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 1 538 Canadiens** 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 8 avril 2022 et le 10 avril 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.

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 $\pm 2,5\%$, et ce, 19 fois sur 20** pour l'échantillon canadien. 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%
33,7%	32,6%	17,8%	7,7%	5,0%	2,3%

RÉSULTATS OFFICIELS

Élections fédérales **Canada** 2021

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.

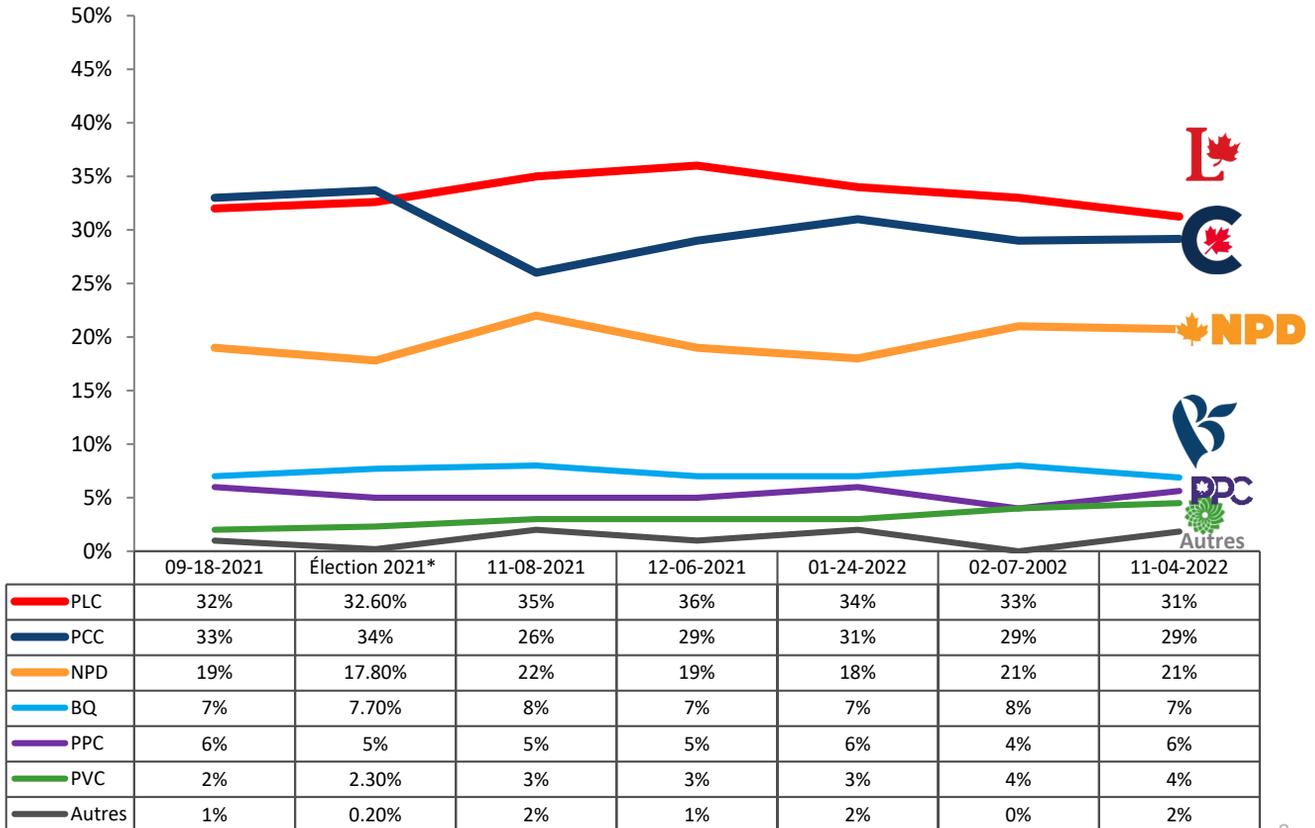
Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

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 ou Jack Jedwab, Président & CEO de l'Association d'Études Canadiennes : jack.jedwab@acs-aec.ca.

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

INTENTIONS DE VOTE AU FÉDÉRAL

ÉVOLUTION DES INTENTIONS DE VOTE AU CANADA





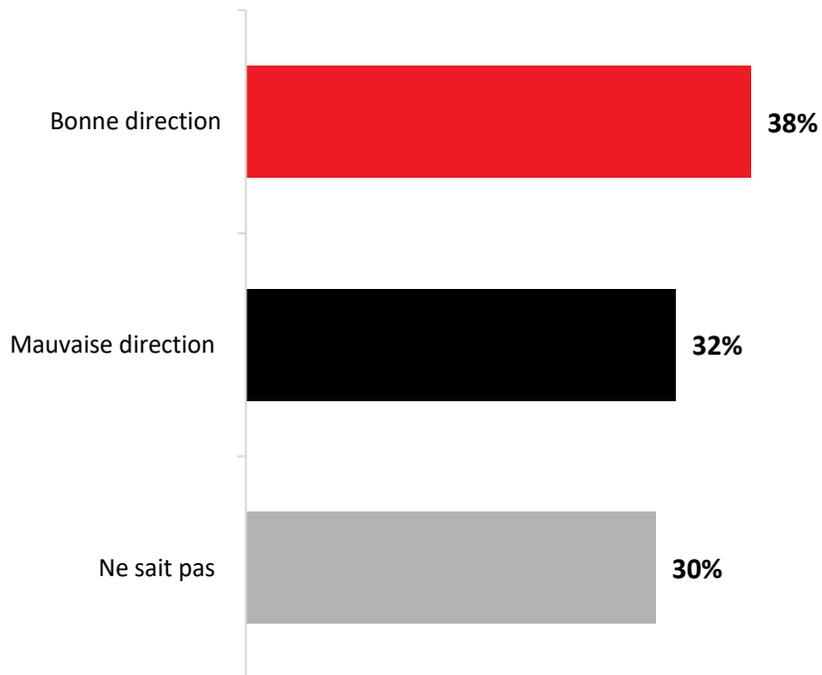
Leger

BUDGET FÉDÉRAL 2022

OPINION SUR LE BUDGET (1/2)

CTC942. D'après ce que vous avez vu ou entendu, pensez-vous que le budget du gouvernement fédéral annoncé le 7 avril est un pas dans la bonne ou la mauvaise direction?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



OPINION SUR LE BUDGET (2/2)

CTC942. D'après ce que vous avez vu ou entendu, pensez-vous que le budget du gouvernement fédéral annoncé le 7 avril est un pas dans la bonne ou la mauvaise direction?

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310
Bonne direction	38%	43%	44%	34%	37%	30%	40%	35%	34%	42%	42%	34%	36%
Mauvaise direction	32%	25%	30%	33%	30%	41%	31%	24%	34%	36%	27%	36%	34%
Ne sait pas	30%	31%	26%	34%	33%	29%	29%	41%	32%	22%	31%	29%	29%

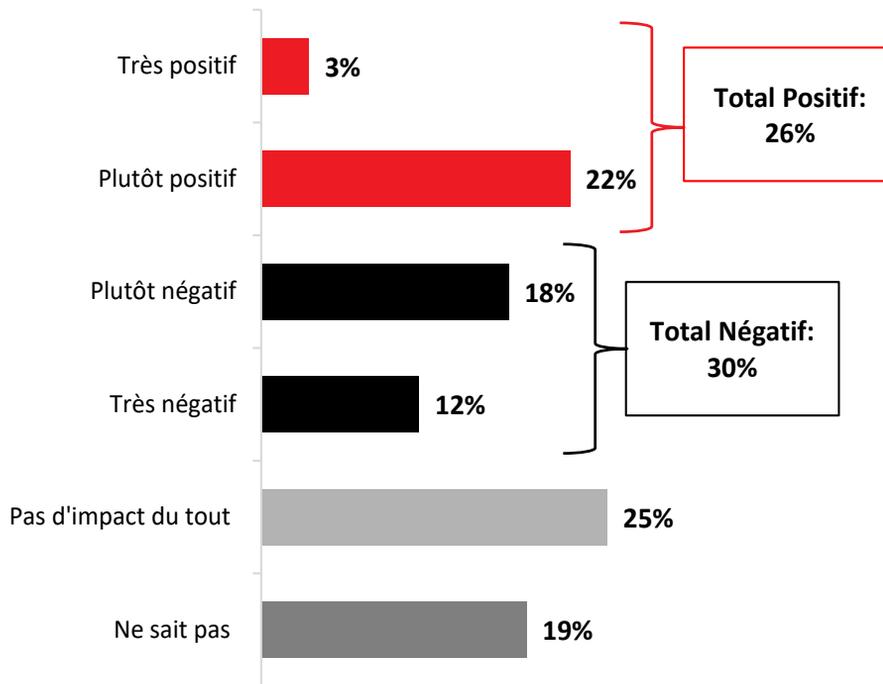


	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
Bonne direction	38%	69%	18%	47%	39%	22%	9%	12%
Mauvaise direction	32%	10%	61%	17%	38%	35%	70%	72%
Ne sait pas	30%	21%	21%	36%	23%	43%	21%	17%

IMPACT DU BUDGET SUR LE MÉNAGE (1/3)

CTC943. Pensez-vous que ce qui a été annoncé dans le budget aura un impact positif ou négatif sur vous et votre ménage?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



IMPACT DU BUDGET SUR LE MÉNAGE (2/3)

CTC943. Pensez-vous que ce qui a été annoncé dans le budget aura un impact positif ou négatif sur vous et votre ménage?

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310
Total Positif	26%	29%	26%	27%	21%	23%	27%	35%	23%	23%	30%	24%	21%
Très positif	3%	4%	4%	4%	4%	4%	1%	5%	4%	2%	5%	2%	3%
Plutôt positif	22%	25%	22%	23%	17%	19%	26%	29%	19%	21%	25%	22%	18%
Total Négatif	30%	30%	22%	29%	38%	40%	29%	21%	32%	33%	26%	32%	34%
Plutôt négatif	18%	21%	16%	18%	20%	18%	17%	13%	19%	21%	15%	21%	20%
Très négatif	12%	8%	6%	11%	18%	22%	12%	8%	14%	12%	11%	11%	14%
Pas d'impact du tout	25%	24%	37%	21%	19%	20%	24%	17%	21%	35%	23%	27%	26%
Ne sait pas	19%	17%	15%	22%	22%	18%	20%	27%	24%	10%	21%	16%	19%

IMPACT DU BUDGET SUR LE MÉNAGE (3/3)

CTC943. Pensez-vous que ce qui a été annoncé dans le budget aura un impact positif ou négatif sur vous et votre ménage?

Base: Tous les répondants



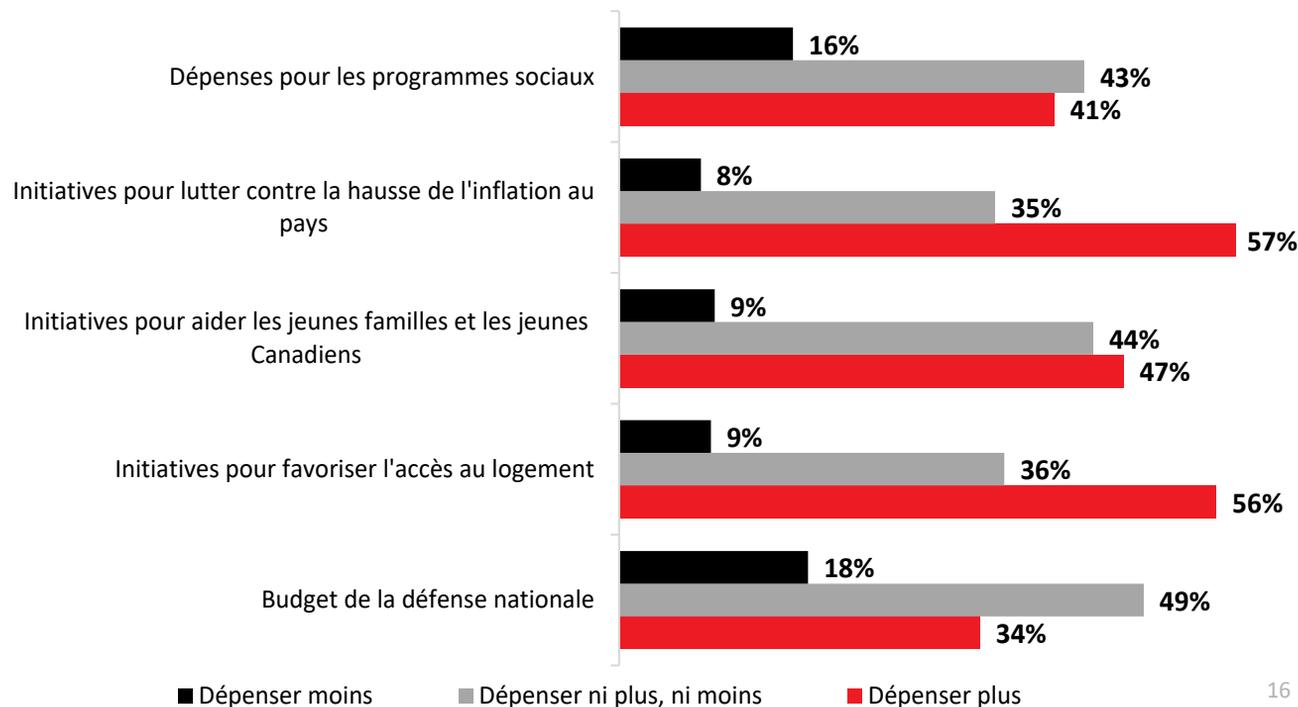
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
Total Positif	26%	49%	15%	34%	16%	20%	12%	19%
Très positif	3%	8%	2%	2%	1%	3%	2%	0%
Plutôt positif	22%	41%	13%	31%	15%	17%	10%	19%
Total Négatif	30%	9%	56%	17%	22%	34%	63%	56%
Plutôt négatif	18%	8%	31%	13%	16%	20%	28%	23%
Très négatif	12%	1%	25%	4%	6%	15%	35%	33%
Pas d'impact du tout	25%	30%	19%	25%	54%	23%	9%	20%
Ne sait pas	19%	12%	10%	25%	8%	23%	17%	4%

*Compte tenu du petit nombre de répondants (n<30), les données sont présentées uniquement à titre indicatif.

DÉPENSES ANNONCÉES DANS LE BUDGET (1/3)

En ce qui concerne les catégories suivantes, préféreriez-vous que le gouvernement fédéral dépense plus ou moins que ce qui a été annoncé dans le budget?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



DÉPENSES ANNONCÉES DANS LE BUDGET (2/3)

En ce qui concerne les catégories suivantes, préféreriez-vous que le gouvernement fédéral dépense plus ou moins que ce qui a été annoncé dans le budget?

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310

Budget de la défense nationale

Dépenser plus	34%	46%	33%	31%	33%	43%	27%	25%	27%	45%	34%	29%	43%
Dépenser ni plus, ni moins	49%	39%	49%	51%	52%	41%	51%	55%	52%	42%	47%	54%	42%
Dépenser moins	18%	14%	18%	17%	15%	16%	21%	19%	21%	13%	19%	17%	15%

Initiatives pour favoriser l'accès au logement

Dépenser plus	56%	62%	58%	59%	43%	43%	56%	60%	53%	55%	60%	53%	52%
Dépenser ni plus, ni moins	36%	34%	34%	33%	47%	42%	37%	34%	36%	38%	32%	39%	38%
Dépenser moins	9%	4%	8%	8%	11%	15%	8%	7%	12%	7%	8%	9%	10%

Initiatives pour aider les jeunes familles et les jeunes Canadiens

Dépenser plus	47%	53%	49%	47%	47%	46%	40%	56%	44%	43%	47%	45%	50%
Dépenser ni plus, ni moins	44%	38%	42%	45%	47%	41%	50%	38%	45%	47%	44%	46%	41%
Dépenser moins	9%	9%	9%	8%	7%	13%	10%	6%	10%	10%	9%	9%	10%

Initiatives pour lutter contre la hausse de l'inflation au pays

Dépenser plus	57%	66%	59%	60%	53%	53%	48%	60%	56%	57%	58%	56%	59%
Dépenser ni plus, ni moins	35%	29%	33%	33%	38%	35%	45%	36%	35%	34%	35%	36%	33%
Dépenser moins	8%	5%	8%	7%	8%	13%	7%	4%	9%	9%	6%	8%	8%

Dépenses pour les programmes sociaux

Dépenser plus	41%	38%	43%	42%	33%	41%	36%	46%	36%	41%	45%	35%	39%
Dépenser ni plus, ni moins	43%	48%	44%	43%	42%	35%	49%	39%	45%	45%	42%	46%	42%
Dépenser moins	16%	14%	12%	15%	26%	25%	14%	15%	19%	15%	13%	19%	19%

DÉPENSES ANNONCÉES DANS LE BUDGET (3/3)

En ce qui concerne les catégories suivantes, préféreriez-vous que le gouvernement fédéral dépense plus ou moins que ce qui a été annoncé dans le budget?

Base: Tous les répondants



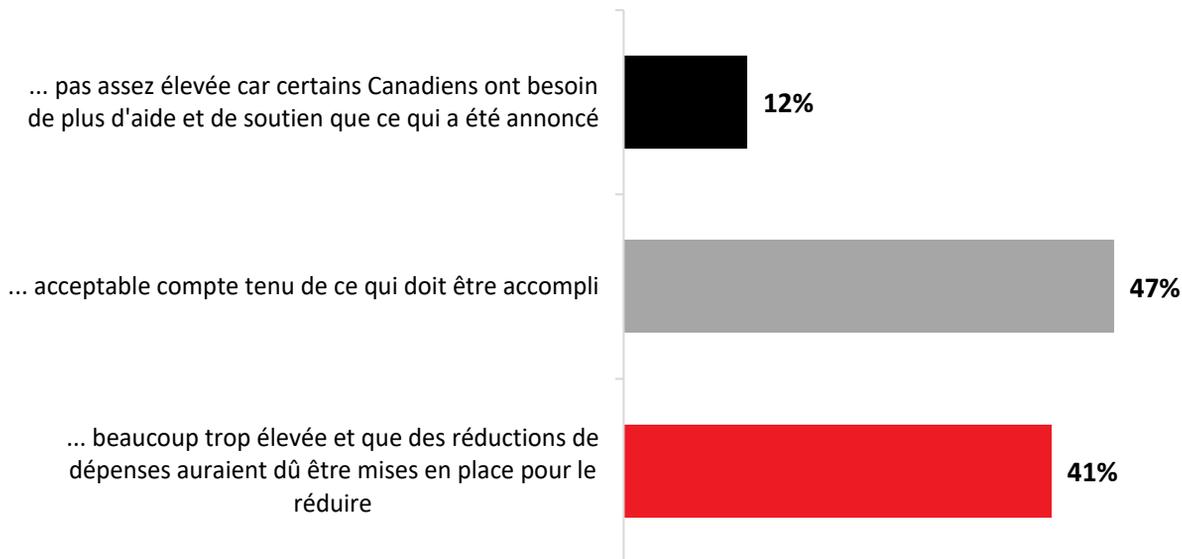
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
Budget de la défense nationale								
Dépenser plus	34%	34%	40%	30%	45%	25%	39%	38%
Dépenser ni plus, ni moins	49%	55%	44%	48%	43%	47%	29%	14%
Dépenser moins	18%	10%	17%	22%	12%	28%	32%	48%
Initiatives pour favoriser l'accès au logement								
Dépenser plus	56%	58%	39%	77%	69%	64%	52%	53%
Dépenser ni plus, ni moins	36%	39%	43%	20%	26%	30%	30%	19%
Dépenser moins	9%	3%	18%	3%	6%	6%	18%	28%
Initiatives pour aider les jeunes familles et les jeunes Canadiens								
Dépenser plus	47%	51%	38%	59%	43%	57%	44%	22%
Dépenser ni plus, ni moins	44%	46%	46%	36%	49%	35%	38%	56%
Dépenser moins	9%	3%	15%	5%	8%	8%	19%	22%
Initiatives pour lutter contre la hausse de l'inflation au pays								
Dépenser plus	57%	56%	58%	61%	61%	62%	56%	39%
Dépenser ni plus, ni moins	35%	40%	31%	33%	32%	38%	25%	21%
Dépenser moins	8%	3%	12%	6%	7%	0%	19%	39%
Dépenses pour les programmes sociaux								
Dépenser plus	41%	47%	22%	56%	53%	65%	29%	37%
Dépenser ni plus, ni moins	43%	45%	46%	37%	42%	28%	38%	29%
Dépenser moins	16%	8%	32%	7%	5%	7%	33%	35%

*Compte tenu du petit nombre de répondants (n<30), les données sont présentées uniquement à titre indicatif.

OPINION SUR LA TAILLE DU DÉFICIT (1/2)

CTC945. Pensez-vous que la taille du déficit du gouvernement fédéral est ...

Base: Tous les répondants (n=1 538)



OPINION SUR LA TAILLE DU DÉFICIT (2/2)

CTC945. Pensez-vous que la taille du déficit du gouvernement fédéral est ...

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310
... beaucoup trop élevée et que des réductions de dépenses auraient dû être mises en place pour le réduire	41%	40%	43%	41%	41%	48%	35%	37%	42%	43%	37%	43%	48%
... acceptable compte tenu de ce qui doit être accompli	47%	47%	46%	48%	48%	39%	53%	49%	46%	47%	51%	46%	41%
... pas assez élevé car certains Canadiens ont besoin de plus d'aide et de soutien que ce qui a été annoncé	12%	13%	11%	11%	11%	13%	13%	14%	12%	10%	12%	11%	11%



	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
... beaucoup trop élevée et que des réductions de dépenses auraient dû être mises en place pour le réduire	41%	21%	70%	21%	39%	39%	68%	77%
... acceptable compte tenu de ce qui doit être accompli	47%	70%	25%	60%	50%	43%	20%	6%
... pas assez élevé car certains Canadiens ont besoin de plus d'aide et de soutien que ce qui a été annoncé	12%	9%	5%	20%	11%	18%	11%	17%

*Compte tenu du petit nombre de répondants (n<30), les données sont présentées uniquement à titre indicatif.



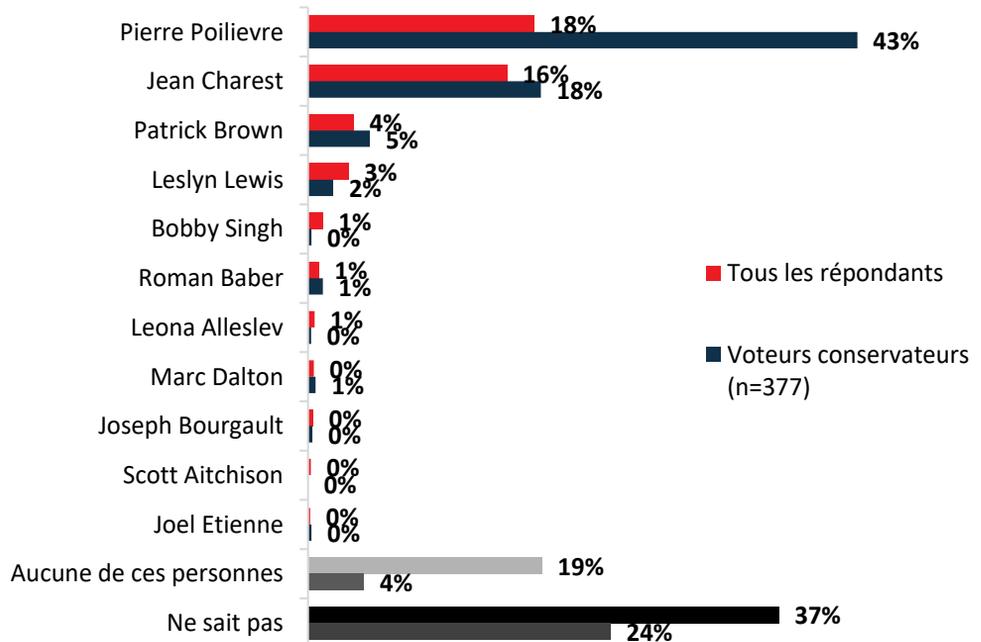
Leger

PROCHAIN LEADER CONSERVATEUR

MEILLEUR(E) LEADER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (1/4)

CTC936. Les personnes énumérées ci-dessous ont indiqué leur intention de se présenter comme chef du Parti conservateur du Canada. D'après ce que vous savez ou avez entendu jusqu'à présent, laquelle de ces personnes ferait, selon vous, le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



MEILLEUR(E) LEADER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (2/4)

CTC936. Les personnes énumérées ci-dessous ont indiqué leur intention de se présenter comme chef du Parti conservateur du Canada. D'après ce que vous savez ou avez entendu jusqu'à présent, laquelle de ces personnes ferait, selon vous, le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur?

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310
Pierre Poilievre	18%	15%	16%	19%	19%	29%	11%	12%	22%	18%	15%	19%	22%
Jean Charest	16%	20%	23%	12%	11%	11%	17%	7%	14%	23%	17%	16%	13%
Patrick Brown	4%	2%	1%	8%	2%	0%	1%	3%	3%	5%	4%	3%	4%
Leslyn Lewis	3%	1%	2%	3%	3%	6%	5%	5%	2%	3%	4%	2%	3%
Bobby Singh	1%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	3%	1%	0%	1%	1%	1%
Roman Baber	1%	1%	0%	1%	0%	0%	2%	1%	2%	0%	1%	1%	0%
Leona Alleslev	1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	1%
Marc Dalton	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Joseph Bourgault	0%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Scott Aitchison	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Joel Etienne	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Aucune de ces personnes	19%	20%	17%	19%	12%	21%	19%	22%	19%	15%	19%	17%	18%
Ne sait pas	37%	38%	36%	35%	49%	31%	45%	42%	37%	34%	37%	37%	38%

MEILLEUR(E) LEADER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (3/4)

- PAR INTENTIONS DE VOTE

CTC936. Les personnes énumérées ci-dessous ont indiqué leur intention de se présenter comme chef du Parti conservateur du Canada. D'après ce que vous savez ou avez entendu jusqu'à présent, laquelle de ces personnes ferait, selon vous, le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
Pierre Poilievre	18%	4%	43%	6%	20%	13%	43%	42%
Jean Charest	16%	26%	18%	10%	15%	10%	6%	8%
Patrick Brown	4%	5%	5%	4%	1%	0%	1%	0%
Leslyn Lewis	3%	3%	2%	2%	3%	7%	13%	7%
Bobby Singh	1%	2%	0%	1%	0%	0%	1%	0%
Roman Baber	1%	1%	1%	1%	0%	0%	3%	0%
Leona Alleslev	1%	0%	0%	1%	1%	2%	0%	4%
Marc Dalton	0%	1%	1%	0%	2%	0%	0%	0%
Joseph Bourgault	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	0%
Scott Aitchison	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
Joel Etienne	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Aucune de ces personnes	19%	22%	4%	28%	21%	14%	9%	23%
Ne sait pas	37%	35%	24%	47%	35%	52%	22%	17%

MEILLEUR(E) LEADER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (4/4)

- ÉVOLUTION AUPRÈS DES VOTEURS CONSERVATEURS

CTC936. Les personnes énumérées ci-dessous ont indiqué leur intention de se présenter comme chef du Parti conservateur du Canada. D'après ce que vous savez ou avez entendu jusqu'à présent, laquelle de ces personnes ferait, selon vous, le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur?

Base: Tous les répondants

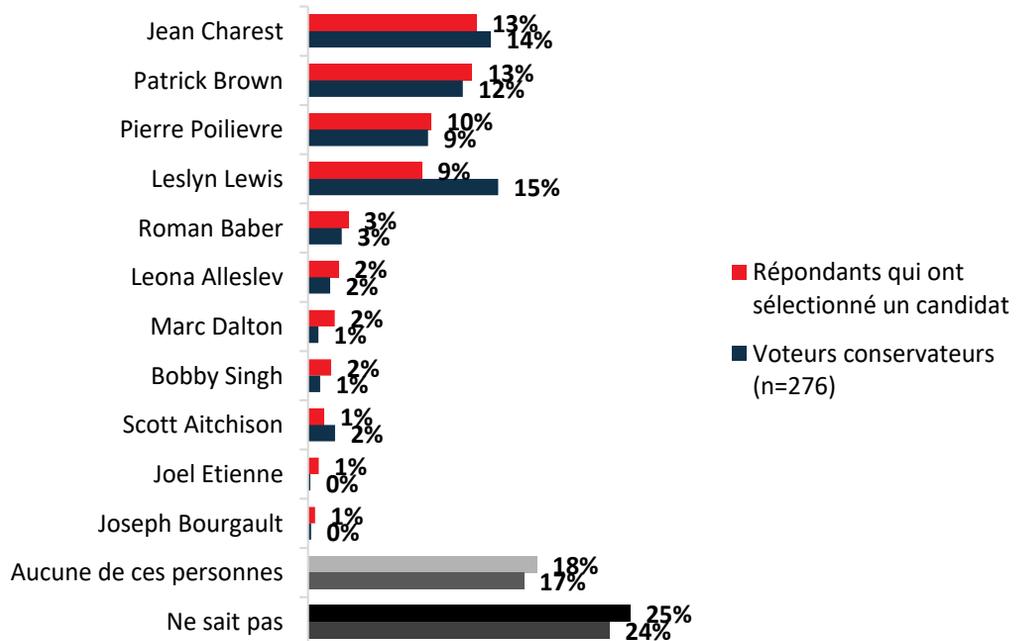
	TOTAL 11 avril 2022	TOTAL 10 mars 2022*	Gap
Weighted n=	370	371	
Unweighted n=	377	358	
Pierre Poilievre	43%	41%	3
Jean Charest	18%	10%	8
Patrick Brown	5%	3%	2
Leslyn Lewis	2%	2%	-
Autres	3%	10%	8
NSP / Refus / Aucun	28%	33%	5

*Un sondage en ligne a été réalisé auprès de 1 591 Canadiens âgés de 18 ans ou plus et ayant le droit de voter au Canada, du 4 au 6 mars 2022. La question suivante a été posée aux participants : "Parmi les personnalités publiques suivantes, laquelle ferait le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur du Canada ?"

SECOND CHOIX DE LEADER (1/3)

CTC937. Le vote pour la direction du Parti conservateur est un scrutin par classement. Quelle personne serait votre deuxième choix à l'heure actuelle?

Base: Répondants qui ont sélectionné un candidat (n=716)



SECOND CHOIX DE LEADER (2/3)

CTC937. Le vote pour la direction du Parti conservateur est un scrutin par classement. Quelle personne serait votre deuxième choix à l'heure actuelle?

Base: Répondants qui ont sélectionné un candidat

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	681	45	168	270	39	82	76	146	232	303	281	256	141
n absolu =	716	46	200	293	55	65	57	183	279	254	294	268	151
Jean Charest	13%	18%	11%	18%	10%	7%	8%	16%	12%	13%	12%	16%	11%
Patrick Brown	13%	25%	12%	16%	5%	5%	8%	10%	8%	18%	13%	14%	10%
Pierre Poilievre	10%	5%	13%	9%	8%	8%	10%	10%	8%	11%	11%	8%	10%
Leslyn Lewis	9%	13%	4%	10%	13%	14%	7%	4%	9%	11%	7%	11%	9%
Roman Baber	3%	5%	2%	4%	3%	2%	3%	6%	4%	1%	4%	2%	5%
Leona Alleslev	2%	2%	1%	3%	1%	6%	2%	4%	2%	2%	2%	3%	2%
Marc Dalton	2%	5%	2%	2%	0%	2%	3%	6%	2%	0%	2%	2%	3%
Bobby Singh	2%	0%	5%	1%	0%	1%	0%	2%	3%	0%	1%	3%	0%
Scott Aitchison	1%	3%	1%	2%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	2%	2%
Joel Etienne	1%	4%	1%	1%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	1%	1%	1%
Joseph Bourgault	1%	0%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%
Aucune de ces personnes	18%	1%	20%	14%	20%	21%	33%	17%	19%	18%	20%	16%	17%
Ne sait pas	25%	21%	28%	20%	38%	33%	26%	21%	28%	25%	25%	22%	30%

SECOND CHOIX DE LEADER (3/3)

- PAR INTENTIONS DE VOTE

CTC937. Le vote pour la direction du Parti conservateur est un scrutin par classement. Quelle personne serait votre deuxième choix à l'heure actuelle?

Base: Répondants qui ont sélectionné un candidat

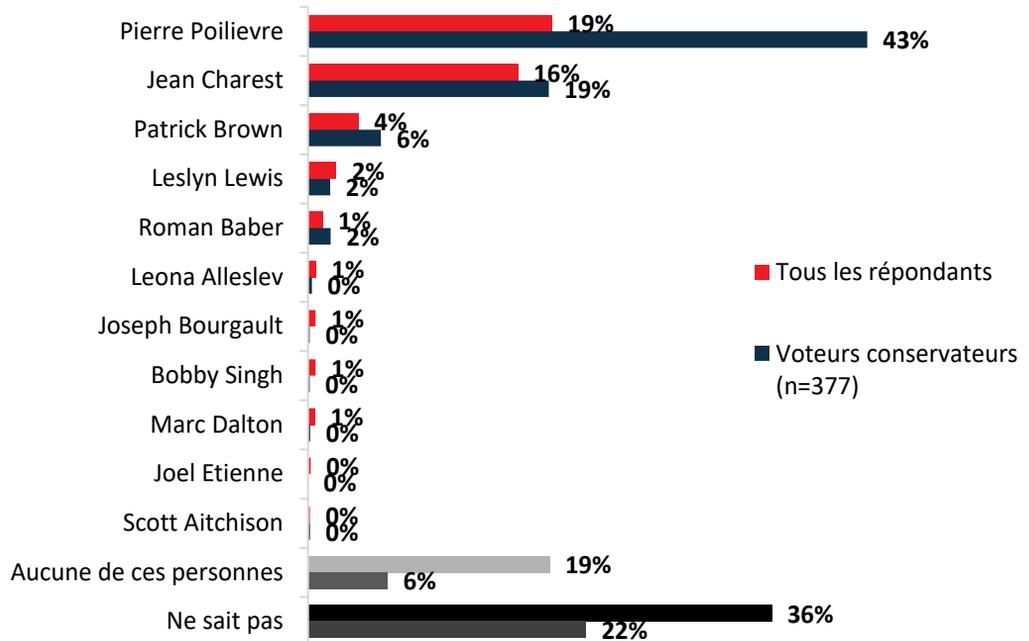
								
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	681	172	265	68	38	19	49	14
n absolu =	716	189	276	77	43	16*	55	9*
Jean Charest	13%	14%	14%	17%	10%	23%	7%	0%
Patrick Brown	13%	16%	12%	11%	12%	4%	6%	13%
Pierre Poilievre	10%	7%	9%	5%	15%	27%	20%	10%
Leslyn Lewis	9%	5%	15%	0%	8%	2%	9%	7%
Roman Baber	3%	1%	3%	4%	1%	21%	5%	16%
Leona Alleslev	2%	5%	2%	3%	3%	0%	1%	0%
Marc Dalton	2%	3%	1%	6%	0%	0%	2%	3%
Bobby Singh	2%	4%	1%	2%	0%	0%	2%	0%
Scott Aitchison	1%	0%	2%	1%	1%	4%	3%	0%
Joel Etienne	1%	2%	0%	2%	0%	0%	3%	0%
Joseph Bourgault	1%	1%	0%	1%	2%	0%	0%	0%
Aucune de ces personnes	18%	17%	17%	16%	19%	0%	22%	10%
Ne sait pas	25%	25%	24%	34%	29%	20%	21%	41%

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

MEILLEUR(E) LEADER POUR BATTRE LES LIBÉRAUX (1/3)

CTC938. D'après ce que vous savez jusqu'à présent ou ce que vous avez entendu ou vu, laquelle des personnes suivantes serait le/la meilleur(e) cheff(fe) du Parti conservateur pour battre les libéraux aux prochaines élections?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



MEILLEUR(E) LEADER POUR BATTRE LES LIBÉRAUX (2/3)

CTC938. D'après ce que vous savez jusqu'à présent ou ce que vous avez entendu ou vu, laquelle des personnes suivantes serait le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur pour battre les libéraux aux prochaines élections?

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 =	1 538	106	361	590	100	173	209	414	530	594	643	561	319
n absolu =	1 538	100	418	611	127	127	155	460	590	488	646	571	310
Pierre Poilievre	19%	15%	16%	20%	22%	31%	13%	13%	21%	21%	16%	20%	24%
Leslyn Lewis	16%	19%	27%	13%	12%	13%	11%	8%	14%	24%	16%	18%	13%
Roman Baber	4%	1%	1%	8%	0%	1%	2%	4%	3%	4%	4%	3%	4%
Jean Charest	2%	3%	1%	2%	2%	4%	4%	4%	1%	2%	3%	2%	2%
Patrick Brown	1%	2%	1%	1%	1%	0%	2%	3%	1%	0%	1%	2%	0%
Joseph Bourgault	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Scott Aitchison	1%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	1%	0%	0%	1%	1%
Leona Alleslev	1%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%
Marc Dalton	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Joel Etienne	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Bobby Singh	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
None of these people	19%	24%	15%	20%	17%	19%	20%	22%	18%	17%	18%	19%	19%
Don't know	36%	34%	34%	35%	45%	29%	46%	42%	39%	29%	38%	34%	35%

MEILLEUR(E) LEADER POUR BATTRE LES LIBÉRAUX (3/3)

- PAR INTENTIONS DE VOTE

CTC938. D'après ce que vous savez jusqu'à présent ou ce que vous avez entendu ou vu, laquelle des personnes suivantes serait le/la meilleur(e) chef(fe) du Parti conservateur pour battre les libéraux aux prochaines élections?

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	396	370	263	87	57	71	23
n absolu =	1 538	411	377	254	96	49	75	16*
Pierre Poilievre	19%	6%	43%	5%	20%	23%	48%	47%
Leslyn Lewis	16%	23%	19%	11%	30%	11%	6%	8%
Roman Baber	4%	5%	6%	5%	1%	1%	1%	0%
Jean Charest	2%	3%	2%	1%	2%	0%	7%	2%
Patrick Brown	1%	2%	2%	0%	1%	0%	1%	4%
Joseph Bourgault	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%
Scott Aitchison	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%
Leona Alleslev	1%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	0%
Marc Dalton	1%	1%	0%	0%	2%	0%	2%	0%
Joel Etienne	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
Bobby Singh	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
None of these people	19%	27%	6%	25%	11%	14%	9%	23%
Don't know	36%	31%	22%	47%	30%	51%	22%	17%

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

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	155	209
Alberta	127	173
Manitoba/ Saskatchewan	127	100
Ontario	611	590
Québec	418	361
Atlantique	100	106

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	822	747
Femme	716	791

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	460	414
Entre 35 et 55 ans	590	530
55 ans et plus	488	594

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	970	1 032
Français	374	320
Autre	190	179

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,2126 et un facteur maximum de pondération de 4,9324. La variance de la pondération est de 0,3899.

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

MONTRÉAL | QUÉBEC | 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

