
TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Léger

ÉDITION DU
11 juillet 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 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 08 juillet 2022 et le 10 juillet 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



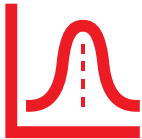
Le panel LEO (Leger Opinion) est le plus grand panel canadien avec plus de 400 000 panélistes représentatifs provenant de toutes les régions du Canada. LEO a été créé par Léger sur la base d'un échantillon canadien représentatif des citoyens canadiens ayant accès à Internet.

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 $\pm 2,49\%$, 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.

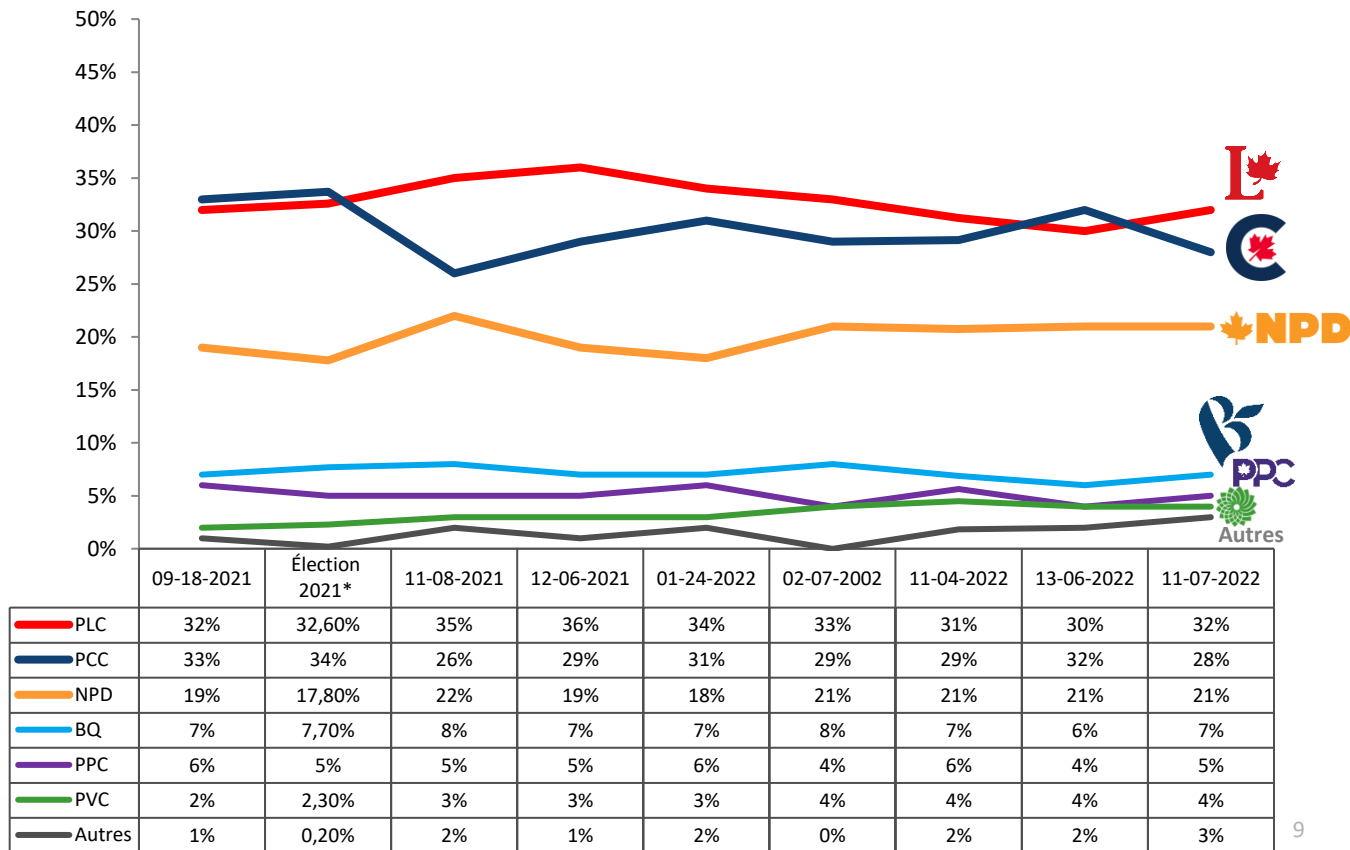
Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

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 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





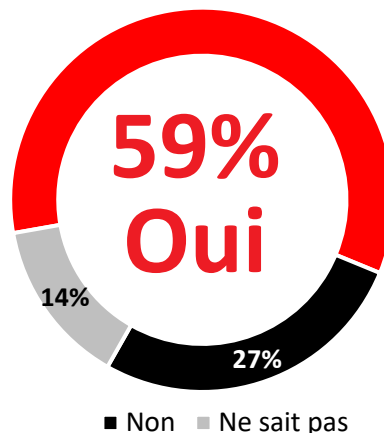
Leger

SITUATION ECONOMIQUE

RECESSION AU PAYS

CTC985. Croyez-vous que le Canada est actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants (n=1 538)









	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 538	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Oui	59%	54%	60%	58%	55%	64%	61%	61%	61%	57%	60%	61%	55%
Non	27%	29%	31%	26%	28%	24%	24%	22%	25%	31%	27%	24%	32%
Ne sait pas	14%	17%	9%	16%	17%	11%	15%	17%	14%	12%	12%	15%	13%

RECESSION AU PAYS – PAR INTENTIONS DE VOTE

CTC985. Croyez-vous que le Canada est actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants



								
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	398	343	265	93	50	62	33
n absolu =	1 538	417	338	266	101	56	63	23*
Oui	59%	49%	69%	59%	60%	48%	83%	67%
Non	27%	38%	22%	24%	36%	36%	12%	28%
Ne sait pas	14%	13%	9%	17%	4%	16%	5%	5%

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

RECESSION AU PAYS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC985. Croyez-vous que le Canada/**les États-Unis** est/**son**t actuellement en récession économique?

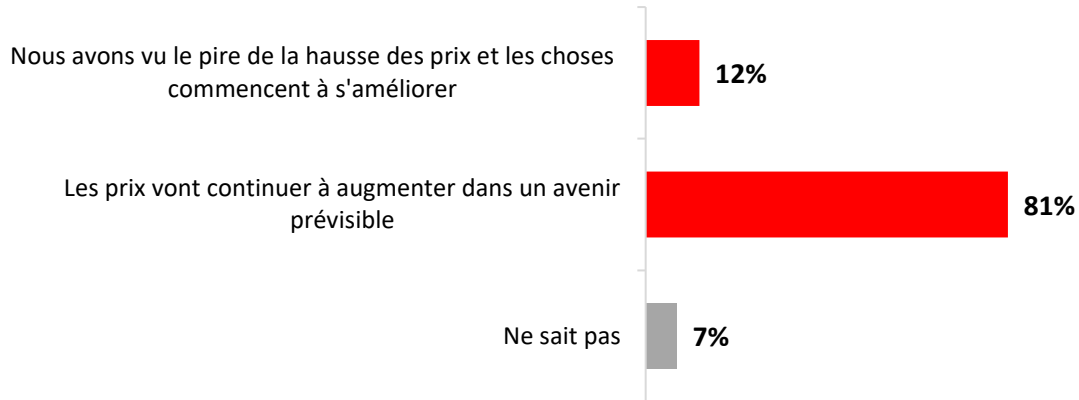
Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
Oui	59%	64%	5
Non	27%	17%	10
Ne sait pas	14%	19%	5

HAUSSE DES PRIX AU PAYS

CTC986. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre opinion sur la hausse des prix dans votre pays?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 538	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Nous avons vu le pire de la hausse des prix et les choses commencent à s'améliorer	12%	13%	13%	12%	11%	7%	14%	16%	9%	12%	13%	11%	13%
Les prix vont continuer à augmenter dans un avenir prévisible	81%	78%	82%	80%	77%	83%	82%	77%	84%	82%	79%	83%	80%
Ne sait pas	7%	9%	5%	7%	11%	10%	4%	8%	7%	7%	8%	6%	7%

HAUSSE DES PRIX AU PAYS –

Par intentions de vote

CTC986. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre opinion sur la hausse des prix dans votre pays?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PVC	PPC	Autres
n pondéré =	1 538	398	343	265	93	50	62	33
n absolu =	1 538	417	338	266	101	56	63	23*
Nous avons vu le pire de la hausse des prix et les choses commencent à s'améliorer	12%	17%	12%	12%	21%	11%	11%	10%
Les prix vont continuer à augmenter dans un avenir prévisible	81%	76%	85%	83%	77%	75%	87%	87%
Ne sait pas	7%	7%	3%	5%	2%	14%	2%	3%

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

HAUSSE DES PRIX AU PAYS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC986. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre opinion sur la hausse des prix dans votre pays?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
Nous avons vu le pire de la hausse des prix et les choses commencent à s'améliorer	12%	16%	4
Les prix vont continuer à augmenter dans un avenir prévisible	81%	66%	15
Ne sait pas	7%	17%	10



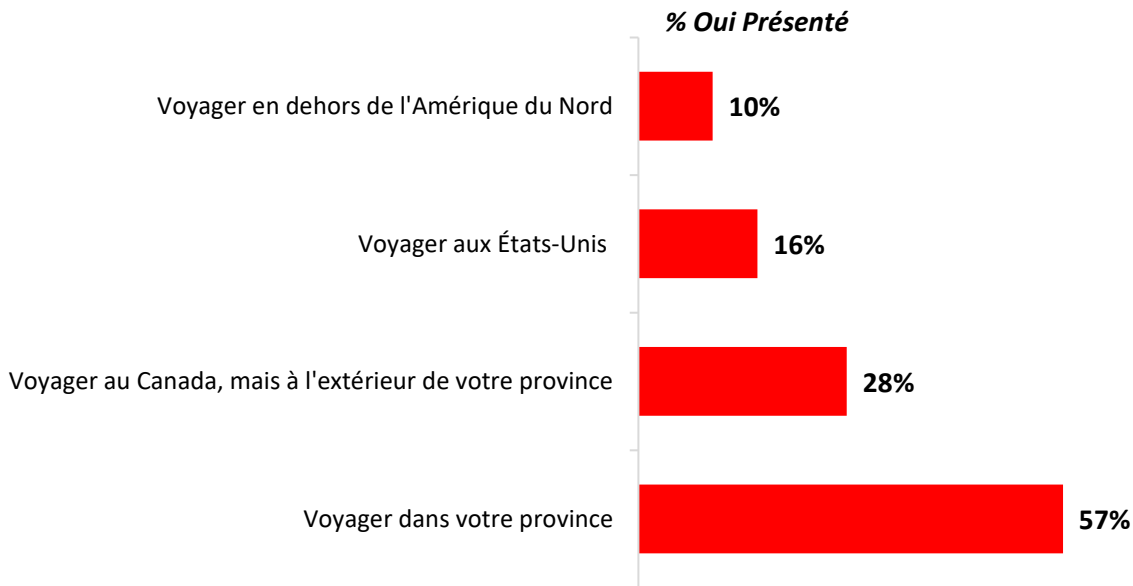
Leger

RETARDS DANS LES AÉROPORTS ET PLANS POUR LES VACANCES

PLANS POUR LES VACANCES (1/2)

CTC987. Cet été, prévoyez-vous de faire l'une des choses suivantes pour vos vacances?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



PLANS POUR LES VACANCES (2/2)

CTC987. Cet été, prévoyez-vous de faire l'une des choses suivantes pour vos vacances?



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	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
% Oui Présenté n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Voyager en dehors de l'Amérique du Nord	10%	4%	9%	12%	4%	10%	12%	15%	11%	6%	13%	10%	5%
Voyager aux États-Unis	16%	6%	11%	19%	14%	21%	16%	21%	18%	11%	18%	18%	7%
Voyager au Canada, mais à l'extérieur de votre province	28%	37%	18%	26%	31%	46%	29%	35%	26%	25%	29%	28%	29%
Voyager dans votre province	57%	66%	56%	57%	47%	62%	60%	61%	58%	55%	58%	57%	57%

PLANS POUR LES VACANCES (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC987. Cet été, prévoyez-vous de faire l'une des choses suivantes pour vos vacances?

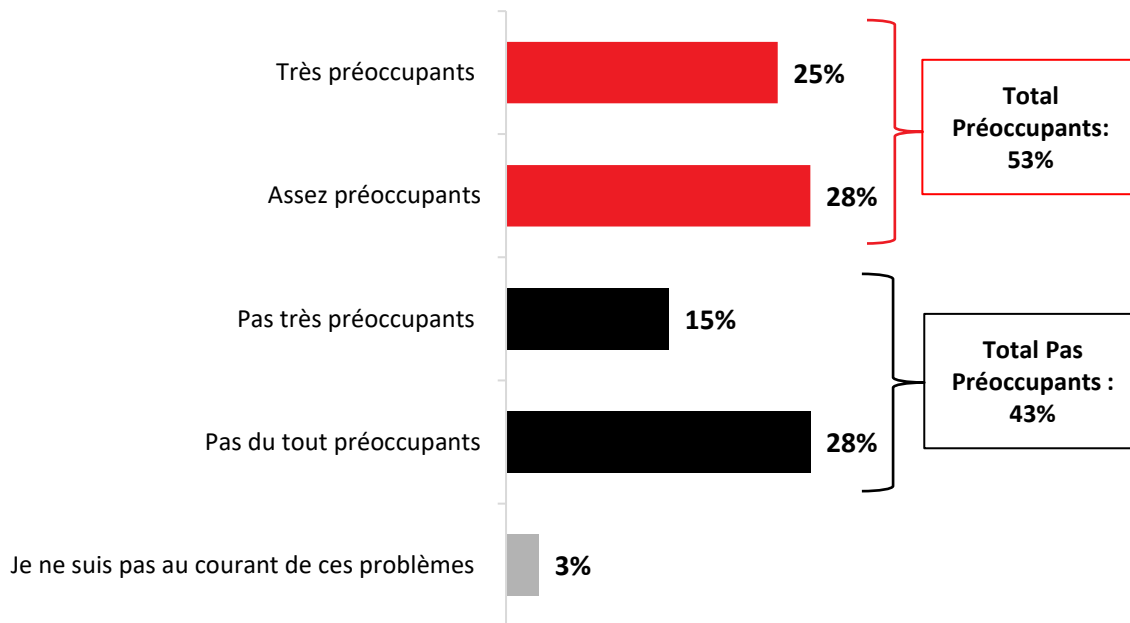
Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
% Oui Présenté			
Voyager en dehors de l'Amérique du Nord	10%	9%	1
Voyager aux États-Unis/ au Canada	16%	9%	7
Voyager au Canada/ États-Unis , mais à l'extérieur de votre province/ état	28%	37%	9
Voyager dans votre province/ état	57%	46%	11

PRÉOCCUPATIONS FACE À LA SITUATION DANS LES AÉROPORTS (1/2)

CTC988. Il y a eu des cas d'annulation de vols, de retards et de longues files d'attente dans les aéroports d'Amérique du Nord. Dans quelle mesure trouvez-vous ces problèmes préoccupants personnellement, compte tenu de vos projets de voyage pour les prochains mois?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



PRÉOCCUPATIONS FACE À LA SITUATION DANS LES AÉROPORTS (1/2)

CTC988. Il y a eu des cas d'annulation de vols, de retards et de longues files d'attente dans les aéroports d'Amérique du Nord. Dans quelle mesure trouvez-vous ces problèmes préoccupants personnellement, compte tenu de vos projets de voyage pour les prochains mois?



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	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Total Préoccupants	53%	39%	47%	58%	55%	58%	54%	56%	59%	47%	56%	58%	41%
Très préoccupants	25%	19%	20%	27%	30%	30%	23%	20%	29%	25%	26%	26%	21%
Assez préoccupants	28%	21%	26%	31%	24%	28%	30%	36%	30%	22%	30%	32%	19%
Total Pas préoccupants	43%	56%	51%	38%	41%	38%	43%	38%	37%	51%	41%	38%	56%
Pas très préoccupants	15%	21%	17%	13%	20%	14%	14%	16%	13%	17%	16%	12%	19%
Pas du tout préoccupants	28%	35%	33%	25%	20%	24%	30%	22%	24%	34%	25%	25%	37%
Je ne suis pas au courant de ces problèmes	3%	5%	3%	3%	5%	4%	3%	5%	4%	2%	3%	4%	3%

PRÉOCCUPATIONS FACE À LA SITUATION DANS LES AÉROPORTS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC988. Il y a eu des cas d'annulation de vols, de retards et de longues files d'attente dans les aéroports d'Amérique du Nord. Dans quelle mesure trouvez-vous ces problèmes préoccupants personnellement, compte tenu de vos projets de voyage pour les prochains mois?

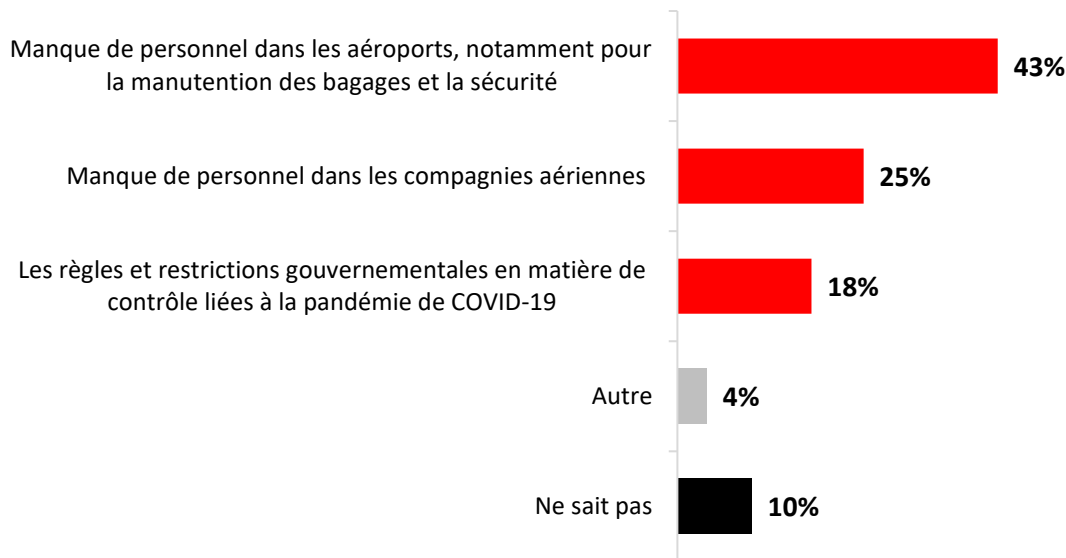
Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
Total Préoccupants	53%	45%	8
Très préoccupants	25%	21%	4
Assez préoccupants	28%	23%	5
Total Pas préoccupants	43%	42%	1
Pas très préoccupants	15%	12%	3
Pas du tout préoccupants	28%	31%	3
Je ne suis pas au courant de ces problèmes	3%	13%	10

ÉLÉMENT LE PLUS RESPONSABLE DES DÉLAIS (1/2)

CTC989. Selon vous, lequel des éléments suivants est le principal responsable des retards et des longues files d'attente dans les aéroports?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



ÉLÉMENT LE PLUS RESPONSABLE DES DÉLAIS (2/2)

CTC989. Selon vous, lequel des éléments suivants est le principal responsable des retards et des longues files d'attente dans les aéroports?



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	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Manque de personnel dans les aéroports, notamment pour la manutention des bagages et la sécurité	43%	51%	52%	40%	25%	33%	46%	44%	39%	44%	45%	42%	41%
Manque de personnel dans les compagnies aériennes	25%	32%	25%	24%	33%	28%	19%	24%	25%	26%	22%	28%	23%
Les règles et restrictions gouvernementales en matière de contrôle liées à la pandémie de COVID-19	18%	7%	11%	21%	22%	25%	21%	19%	20%	16%	18%	18%	18%
Autre	4%	3%	5%	4%	7%	2%	5%	2%	5%	5%	4%	2%	7%
Ne sait pas	10%	8%	7%	12%	13%	13%	9%	10%	11%	10%	11%	10%	9%

ÉLÉMENT LE PLUS RESPONSABLE DES DÉLAIS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC989. Selon vous, lequel des éléments suivants est le principal responsable des retards et des longues files d'attente dans les aéroports?

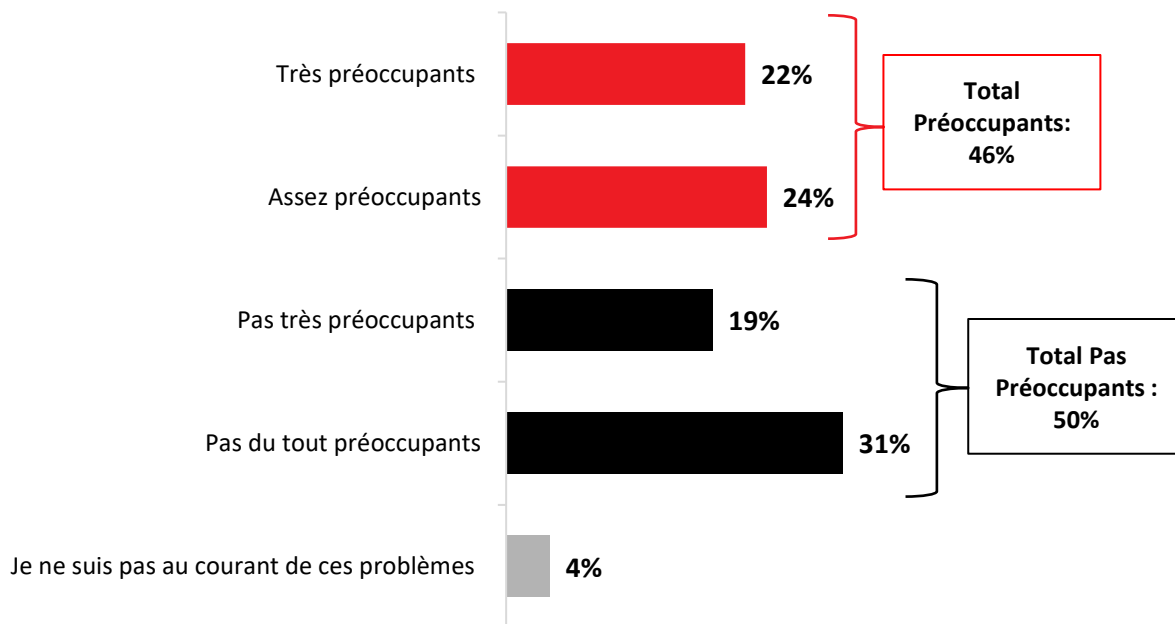
Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
Manque de personnel dans les aéroports, notamment pour la manutention des bagages et la sécurité	43%	16%	27
Manque de personnel dans les compagnies aériennes	25%	38%	13
Les règles et restrictions gouvernementales en matière de contrôle liées à la pandémie de COVID-19	18%	17%	1
Autre	4%	3%	1
Ne sait pas	10%	26%	16

PRÉOCCUPATIONS FACE À LA SITUATION DES PASSEPORTS (1/2)

CTC990. On a signalé de longues files d'attente et des retards pour obtenir ou renouveler un passeport canadien. Dans quelle mesure cela est-il préoccupant pour vous personnellement?

Base: Tous les répondants (n=1 538)



PRÉOCCUPATIONS FACE À LA SITUATION DES PASSEPORTS (2/2)

CTC990. On a signalé de longues files d'attente et des retards pour obtenir ou renouveler un passeport canadien. Dans quelle mesure cela est-il préoccupant pour vous personnellement?

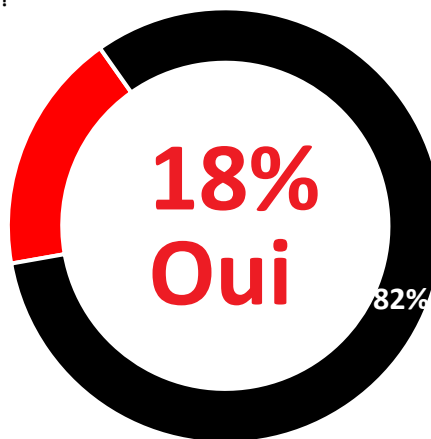
Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 538	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Total Préoccupants	46%	40%	38%	51%	52%	51%	41%	52%	50%	40%	47%	50%	39%
Très préoccupants	22%	12%	18%	25%	22%	28%	23%	24%	25%	20%	22%	27%	16%
Assez préoccupants	24%	29%	21%	26%	30%	23%	18%	28%	25%	20%	25%	23%	24%
Total Pas préoccupants	50%	57%	59%	45%	40%	46%	56%	40%	48%	59%	50%	47%	57%
Pas très préoccupants	19%	20%	18%	19%	16%	23%	21%	18%	20%	20%	20%	17%	23%
Pas du tout préoccupants	31%	37%	41%	26%	24%	23%	36%	22%	28%	39%	30%	30%	35%
Je ne suis pas au courant de ces problèmes	4%	3%	2%	4%	8%	3%	3%	8%	3%	2%	4%	3%	3%

IMPACT SUR LES PLANS DE VACANCES

CTC991. Les problèmes d'annulation de vols et de retards dans les aéroports ou d'obtention d'un passeport vous ont-ils amené à modifier considérablement vos projets de vacances d'été?

Base: Tous les répondants (n=1 538)





■ Non

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	BC	18-34	35-54	55+	Urban	Sub-urban	Rural
n pondéré =	1 538	103	355	595	99	171	214	410	495	633	618	583	328
n absolu =	1 538	100	416	605	129	127	161	423	550	565	635	585	308
Oui	18%	7%	12%	20%	13%	25%	20%	24%	19%	12%	18%	21%	11%
Non	82%	93%	88%	80%	87%	75%	80%	76%	81%	88%	82%	79%	89%

IMPACT SUR LES PLANS DE VACANCES (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC991. Les problèmes d'annulation de vols et de retards dans les aéroports ou d'obtention d'un passeport vous ont-ils amené à modifier considérablement vos projets de vacances d'été?

Base: Tous les répondants

			
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 538	1 002	
n absolu =	1 538	1 002	
Oui	18%	13%	5
Non	82%	87%	5

*Seuls les Canadiens ont été interrogés sur les délais d'obtention d'un passeport.



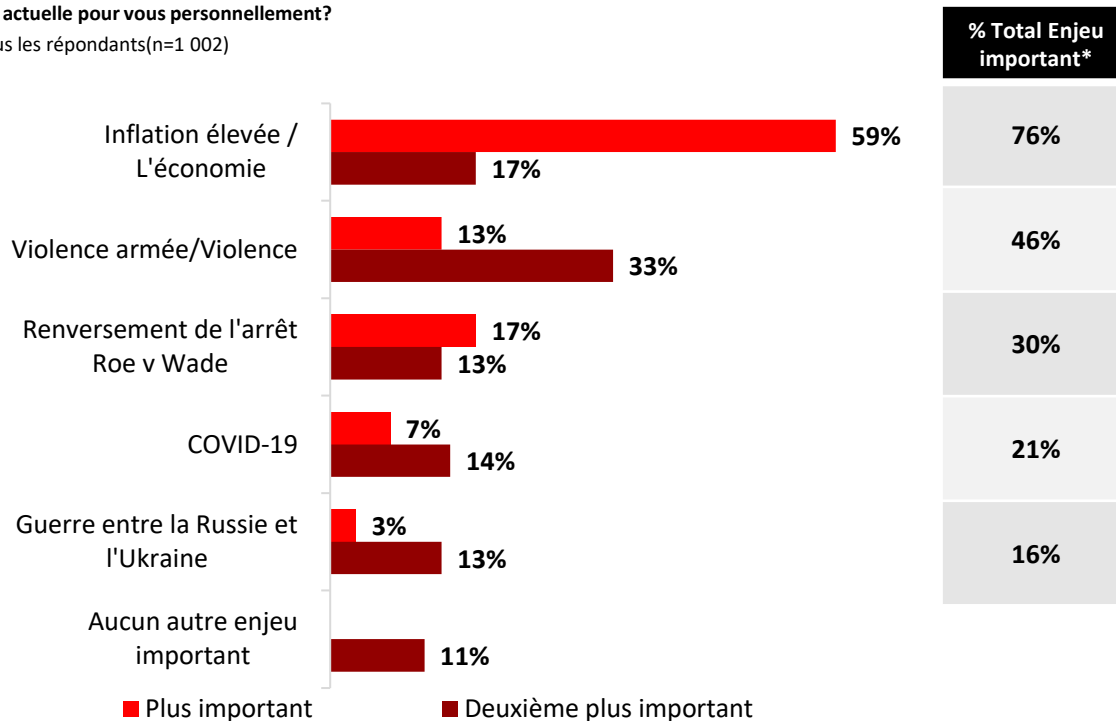
Leger

ENJEU LE PLUS IMPORTANT AUX ÉTATS-UNIS

ENJEU LE PLUS IMPORTANT AUX ÉTATS-UNIS (1/2)

CTC994. Quel est l'enjeu le plus important à l'heure actuelle pour vous personnellement? / CTC994B. Et quel enjeu est le deuxième plus important à l'heure actuelle pour vous personnellement?

Base: Tous les répondants(n=1 002)



* % des répondants qui ont choisi cet enjeu comme étant le plus important ou le deuxième plus important.

ENJEU LE PLUS IMPORTANT AUX ÉTATS-UNIS (2/2)

CTC994. Quel est l'enjeu le plus important à l'heure actuelle pour vous personnellement? / CTC994B. Et quel enjeu est le deuxième plus important à l'heure actuelle pour vous personnellement?

Base: Tous les répondants

Intentions de vote pour les élections de mi-mandat






	TOTAL ÉTATS- UNIS	Nord- Est	Mid- Ouest	Sud	Ouest	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Seulement Républicain	Seulement Démocrate	Seulement Indépendant	Mixte de candidats
n pondéré =	1 002	179	217	372	233	251	378	374	487	515	251	297	17	111
n absolu =	1 002	203	239	308	252	145	369	488	490	512	249	310	20**	136
% Total Enjeu important*														
Inflation élevée / L'économie	76%	73%	79%	77%	73%	75%	73%	79%	77%	75%	94%	55%	59%	85%
Violence armée/Violence	46%	44%	43%	47%	48%	47%	44%	48%	44%	48%	36%	60%	55%	47%
Renversement de l'arrêt Roe v Wade	30%	32%	31%	28%	32%	36%	32%	25%	25%	36%	13%	53%	48%	25%
COVID-19	21%	24%	16%	21%	21%	22%	25%	15%	22%	19%	15%	21%	10%	20%
Guerre entre la Russie et l'Ukraine	16%	16%	19%	16%	15%	10%	15%	22%	20%	13%	25%	11%	27%	18%

*% des répondants qui ont choisi cet enjeu comme étant le plus important ou le deuxième plus important.

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

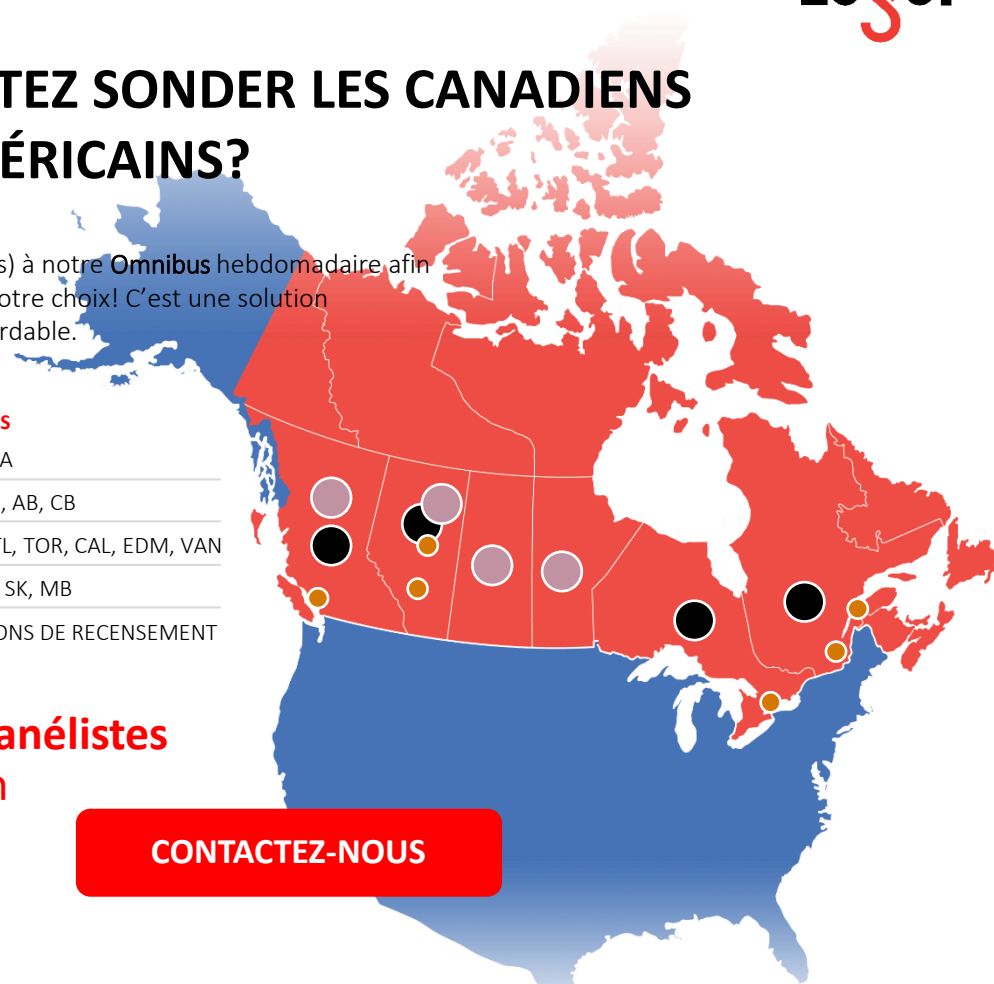
VOUS SOUHAITEZ SONDER LES CANADIENS ET/OU LES AMÉRICAINS?

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	161	214
Alberta	127	171
Manitoba/ Saskatchewan	129	99
Ontario	605	595
Québec	416	355
Atlantique	100	103

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

Région	Non pondéré	Pondéré
Nord-Est	203	179
MidWest	239	217
Sud	308	372
Ouest	252	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	751	750
Femme	787	788

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	423	410
Entre 35 et 55 ans	495	495
55 ans et plus	565	633

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	971	1,035
Français	358	316
Autre	209	187

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1072 et un facteur maximum de pondération de 4,8323. La variance de la pondération est de 0,4692.

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	490	487
Femme	512	515

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 29 ans	70	160
Entre 30 et 39 ans	184	233
Entre 40 et 49 ans	204	186
Entre 50 et 64 ans	292	251
65 ans et plus	252	172

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1921 et un facteur maximum de pondération de 5,2967. La variance de la pondération est de 0,5392.

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

