
TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Le 9 ger

ÉDITION DU
14 septembre 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 1 565 Canadiens et 1 008 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 09 septembre 2022 et le 11 septembre 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



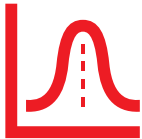
Le panel LEO (Leger Opinion) est le plus grand panel canadien avec plus de 400 000 panélistes représentatifs provenant de toutes les régions du Canada. LEO a été créé par Léger sur la base d'un échantillon canadien représentatif des citoyens canadiens ayant accès à Internet.

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 $\pm 2,51\%$, et ce, 19 fois sur 20** pour l'échantillon canadien et 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](#).



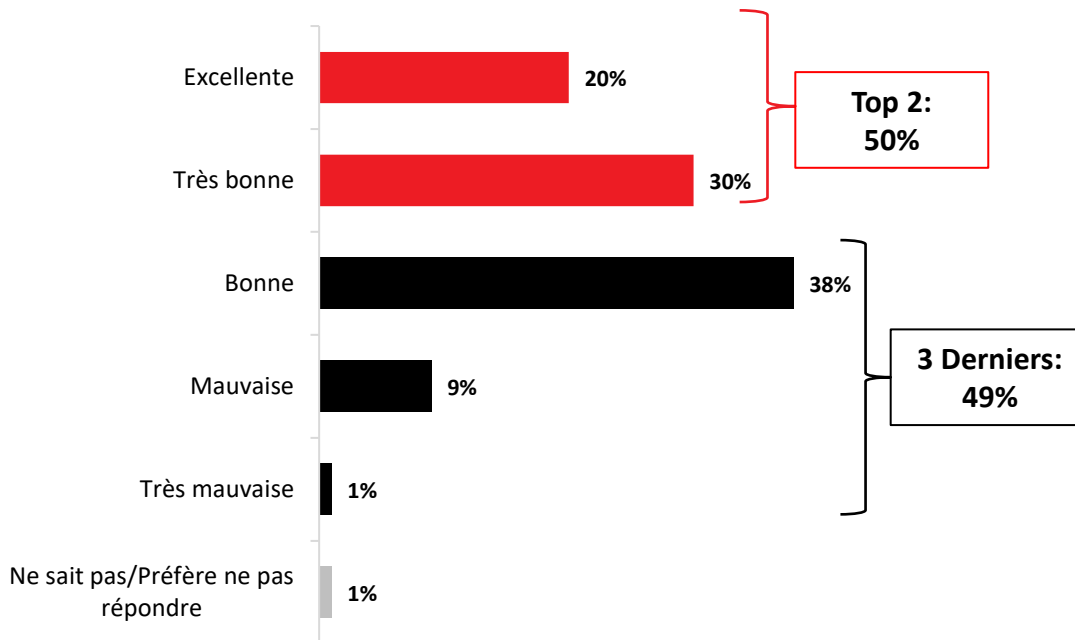
Leger

SANTÉ MENTALE

ÉTAT ACTUEL DE LA SANTÉ MENTALE (1/2)

CTC1017A. Comment évaluez-vous votre santé mentale actuelle?

Base: Tous les répondants (n=1 565)



* La mention "Bonne" est placée dans les 3 derniers rangs selon une échelle standardisée utilisée dans le cadre de recherches académiques.

ÉTAT ACTUEL DE LA SANTÉ MENTALE (2/2)

CTC1017A. Comment évaluez-vous votre santé mentale actuelle?

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Total Top 2	50%	45%	63%	44%	43%	46%	53%	37%	45%	62%	57%	43%	47%	53%	53%
Excellente	20%	22%	26%	17%	17%	17%	22%	10%	19%	27%	26%	15%	18%	22%	21%
Très bonne	30%	23%	37%	27%	26%	29%	31%	27%	26%	35%	32%	28%	30%	30%	31%
Total 3 derniers	49%	52%	37%	54%	54%	54%	45%	60%	53%	38%	42%	55%	51%	46%	47%
Bonne*	38%	39%	31%	41%	46%	41%	37%	44%	43%	31%	34%	42%	41%	36%	36%
Mauvaise	9%	10%	5%	11%	8%	13%	6%	13%	9%	6%	6%	12%	9%	8%	10%
Très mauvaise	1%	3%	1%	2%	0%	0%	2%	3%	2%	0%	2%	1%	2%	2%	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	2%	0%	2%	3%	0%	2%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%

* La mention "Bonne" est placée dans les 3 derniers rangs selon une échelle standardisée utilisée dans le cadre de recherches académiques.

ÉTAT ACTUEL DE LA SANTÉ MENTALE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1017A. Comment évaluez-vous votre santé mentale actuelle?

Base: Tous les répondants



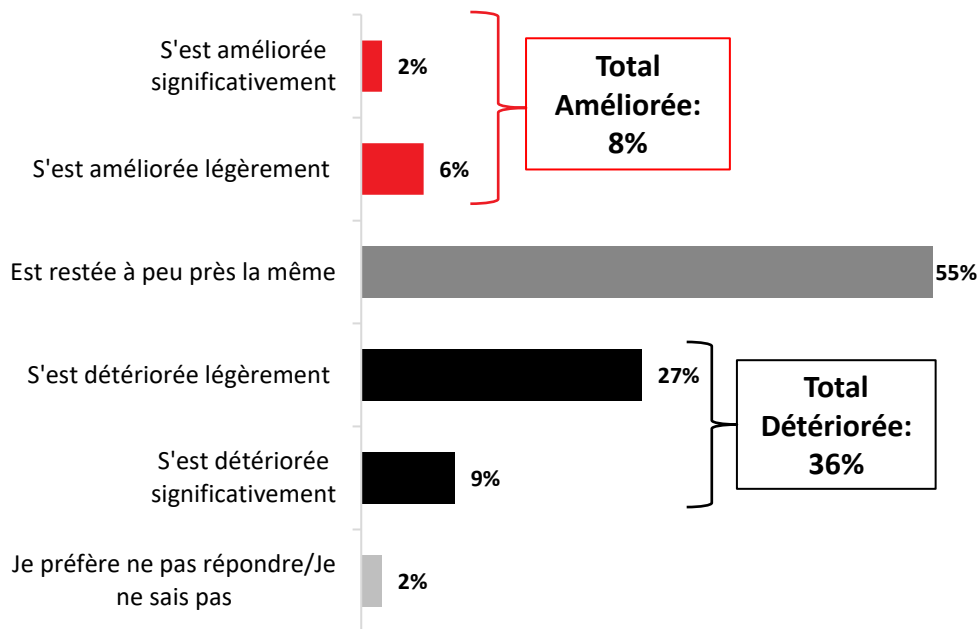
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Total Top 2	50%	51%	1
Excellente	20%	23%	3
Très bonne	30%	28%	2
Total 3 derniers	49%	45%	4
Bonne*	38%	34%	4
Mauvaise	9%	8%	1
Très mauvaise	1%	3%	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	1%	4%	3

* La mention "Bonne" est placée dans les 3 derniers rangs selon une échelle standardisée utilisée dans le cadre de recherches académiques.

ÉTAT DE LA SANTÉ MENTALE DURANT LA PANDÉMIE (1/2)

CTC1017B. Pendant la pandémie de COVID-19, est-ce que votre santé mentale...

Base: Tous les répondants (n=1 565)



ÉTAT DE LA SANTÉ MENTALE DURANT LA PANDÉMIE (2/2)

CTC1017B. Pendant la pandémie de COVID-19, est-ce que votre santé mentale...

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Total Améliorée	8%	7%	9%	9%	4%	4%	8%	16%	7%	3%	9%	7%	9%	8%	5%
S'est améliorée significativement	2%	2%	2%	2%	1%	0%	0%	3%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
S'est améliorée légèrement	6%	5%	8%	7%	3%	4%	8%	13%	6%	2%	7%	5%	7%	6%	4%
Est restée à peu près la même	55%	54%	62%	50%	59%	48%	60%	36%	56%	65%	62%	48%	53%	56%	58%
Total Détériorée	36%	39%	27%	39%	33%	45%	31%	43%	35%	31%	28%	43%	35%	35%	37%
S'est détériorée légèrement	27%	29%	21%	29%	26%	39%	23%	30%	27%	26%	21%	33%	27%	25%	29%
S'est détériorée significativement	9%	10%	7%	10%	8%	7%	8%	13%	8%	6%	6%	10%	8%	9%	8%
Je préfère ne pas répondre/Je ne sais pas	2%	0%	1%	2%	4%	2%	1%	4%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	1%

ÉTAT DE LA SANTÉ MENTALE DURANT LA PANDÉMIE (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1017B. Pendant la pandémie de COVID-19, est-ce que votre santé mentale...

Base: Tous les répondants

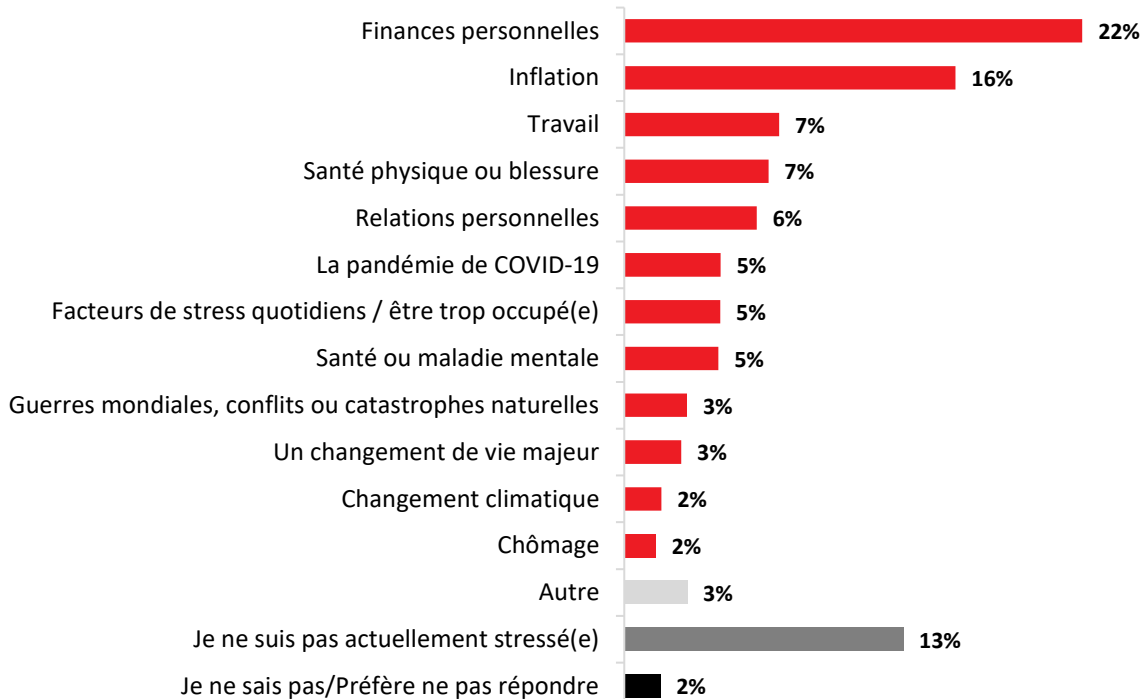


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Total Améliorée	8%	11%	3
S'est améliorée significativement	2%	5%	3
S'est améliorée légèrement	6%	6%	-
Est restée à peu près la même	55%	58%	3
Total Détériorée	36%	26%	10
S'est détériorée légèrement	27%	18%	9
S'est détériorée significativement	9%	8%	1
Je préfère ne pas répondre/Je ne sais pas	2%	4%	2

PLUS GRANDE SOURCE DE STRESS (1/2)

CTC1018. Laquelle des situations suivantes est actuellement votre plus grande source de stress?

Base: Tous les répondants (n=1 565)



PLUS GRANDE SOURCE DE STRESS (2/2)

CTC1018. Laquelle des situations suivantes est actuellement votre plus grande source de stress?

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Finances personnelles	22%	23%	19%	22%	27%	28%	19%	26%	26%	16%	21%	23%	25%	20%	19%
Inflation	16%	20%	17%	15%	12%	20%	15%	16%	20%	13%	16%	15%	17%	14%	18%
Travail	7%	9%	7%	6%	4%	9%	11%	13%	9%	3%	8%	7%	10%	7%	4%
Santé physique ou blessure	7%	5%	7%	7%	8%	7%	7%	1%	6%	12%	6%	8%	7%	7%	8%
Relations personnelles	6%	10%	5%	8%	5%	1%	6%	8%	5%	7%	5%	7%	6%	8%	6%
La pandémie de COVID-19	5%	6%	3%	4%	6%	6%	6%	3%	3%	7%	5%	4%	4%	6%	3%
Facteurs de stress quotidiens / être trop occupé(e)	5%	2%	5%	4%	7%	1%	9%	8%	4%	2%	5%	5%	3%	7%	4%
Santé ou maladie mentale	5%	3%	3%	5%	5%	10%	2%	6%	4%	4%	4%	5%	5%	3%	6%
Guerres mondiales, conflits ou catastrophes naturelles	3%	3%	7%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	6%	3%	3%	2%	4%	3%
Un changement de vie majeur	3%	1%	2%	4%	5%	1%	2%	4%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	3%
Changement climatique	2%	1%	2%	2%	0%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	3%
Chômage	2%	0%	1%	2%	4%	2%	0%	3%	2%	0%	2%	1%	2%	2%	0%
Autre	3%	2%	1%	4%	3%	2%	5%	2%	4%	3%	3%	3%	2%	3%	4%
Je ne suis pas actuellement stressé(e)	13%	15%	16%	12%	12%	10%	14%	5%	10%	21%	17%	10%	12%	14%	16%
Je ne sais pas/Préfère ne pas répondre	2%	0%	3%	2%	2%	1%	0%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	1%

PLUS GRANDE SOURCE DE STRESS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1018. Laquelle des situations suivantes est actuellement votre plus grande source de stress?

Base: Tous les répondants

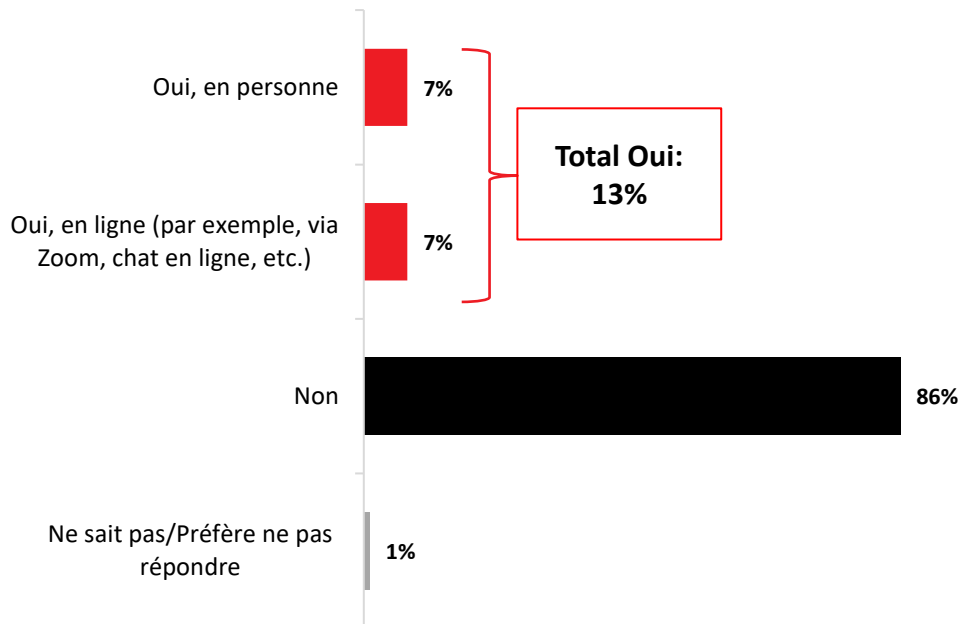


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Finances personnelles	22%	18%	4
Inflation	16%	18%	2
Travail	7%	7%	-
Santé physique ou blessure	7%	5%	2
Relations personnelles	6%	8%	2
La pandémie de COVID-19	5%	2%	3
Facteurs de stress quotidiens / être trop occupé(e)	5%	4%	1
Santé ou maladie mentale	5%	5%	-
Guerres mondiales, conflits ou catastrophes naturelles	3%	3%	-
Un changement de vie majeur	3%	3%	-
Changement climatique	2%	2%	-
Chômage	2%	2%	-
Autre	3%	5%	2
Je ne suis pas actuellement stressé(e)	13%	14%	1
Je ne sais pas/Préfère ne pas répondre	2%	3%	1

SOUTIEN EN MATIÈRE DE SANTÉ MENTALE (1/2)

CTC1019. Consultez-vous actuellement un professionnel de la santé mentale (comme un conseiller, un psychologue ou un psychiatre)? *Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.*

Base: Tous les répondants (n=1 565)



SOUTIEN EN MATIÈRE DE SANTÉ MENTALE (2/2)

CTC1019. Consultez-vous actuellement un professionnel de la santé mentale (comme un conseiller, un psychologue ou un psychiatre)? *Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.*

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Total Oui	13%	6%	10%	15%	11%	16%	16%	25%	13%	6%	13%	14%	16%	11%	12%
Oui, en personne	7%	5%	7%	8%	5%	8%	7%	12%	8%	3%	8%	6%	9%	4%	6%
Oui, en ligne (par exemple, via Zoom, chat en ligne, etc.)	7%	1%	3%	8%	7%	8%	11%	14%	7%	3%	5%	8%	7%	7%	6%
Non	86%	92%	90%	84%	87%	84%	83%	73%	86%	94%	86%	85%	83%	89%	88%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	1%	2%	0%	1%	2%	0%	1%	2%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%

MENTAL HEALTH SUPPORT (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1019. Consultez-vous actuellement un professionnel de la santé mentale (comme un conseiller, un psychologue ou un psychiatre)? *Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.*

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Total Oui	13%	14%	1
Oui, en personne	7%	8%	1
Oui, en ligne (par exemple, via Zoom, chat en ligne, etc.)	7%	8%	1
Non	86%	84%	2
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	1%	2%	1



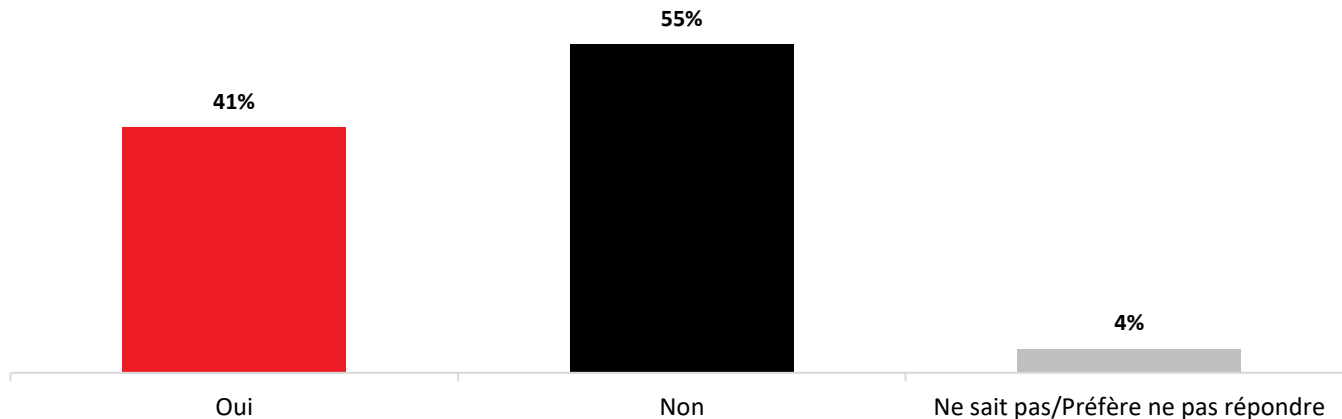
Leger

SITUATION ÉCONOMIQUE

ÉTAT DES FINANCES PERSONNELLES

CTC1021. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants (n=1 565)



	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Oui	41%	44%	37%	42%	43%	48%	36%	48%	49%	30%	37%	45%	41%	37%	46%
Non	55%	49%	61%	54%	47%	47%	61%	47%	49%	65%	60%	50%	54%	58%	52%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	4%	7%	2%	4%	10%	5%	4%	5%	3%	5%	3%	5%	4%	5%	2%

ÉTAT DES FINANCES PERSONNELLES (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1021. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants

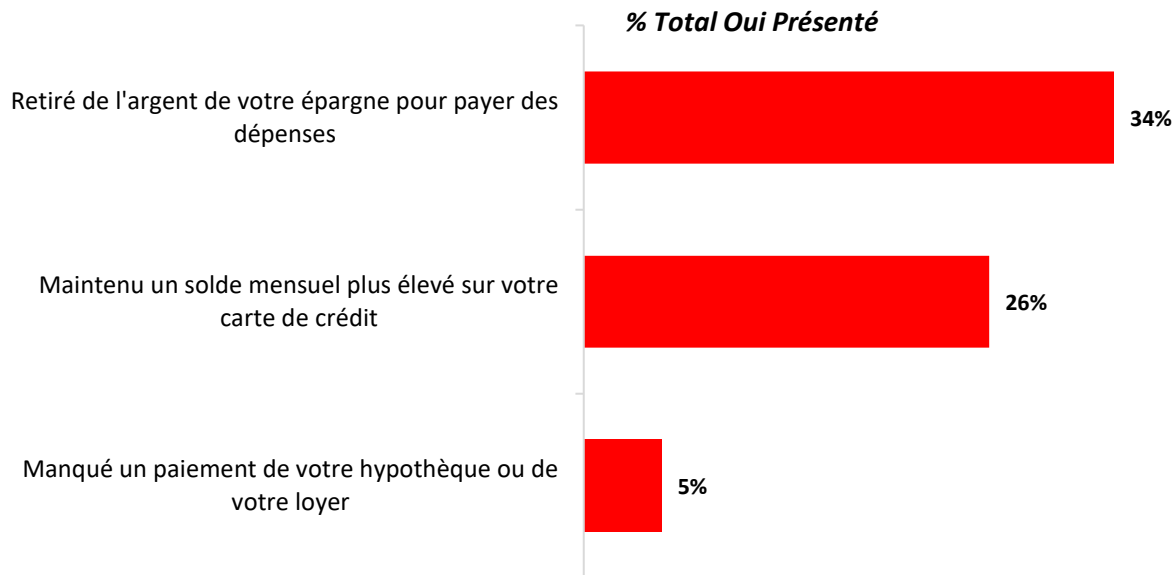


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Oui	41%	41%	-
Non	55%	53%	2
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	4%	6%	2

IMPACT DE L'INFLATION SUR LES FINANCES PERSONNELLES (1/2)

CTC1020. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, avez-vous...

Base: Tous les répondants (n=1,565)



IMPACT DE L'INFLATION SUR LES FINANCES PERSONNELLES (2/2)

CTC1020. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, avez-vous...

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318
% Total Oui Présenté n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307
Retiré de l'argent de votre épargne pour payer des dépenses	34%	38%	20%	38%	33%	41%	41%	39%	34%	32%	32%	36%	34%	33%	37%
Maintenu un solde mensuel plus élevé sur votre carte de crédit	26%	36%	22%	29%	26%	27%	19%	34%	31%	17%	22%	30%	27%	24%	28%
Manqué un paiement de votre hypothèque ou de votre loyer	5%	8%	3%	6%	7%	3%	1%	8%	7%	0%	5%	4%	6%	3%	3%

IMPACT DE L'INFLATION SUR LES FINANCES PERSONNELLES (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC1020. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, avez-vous...

Base: Tous les répondants

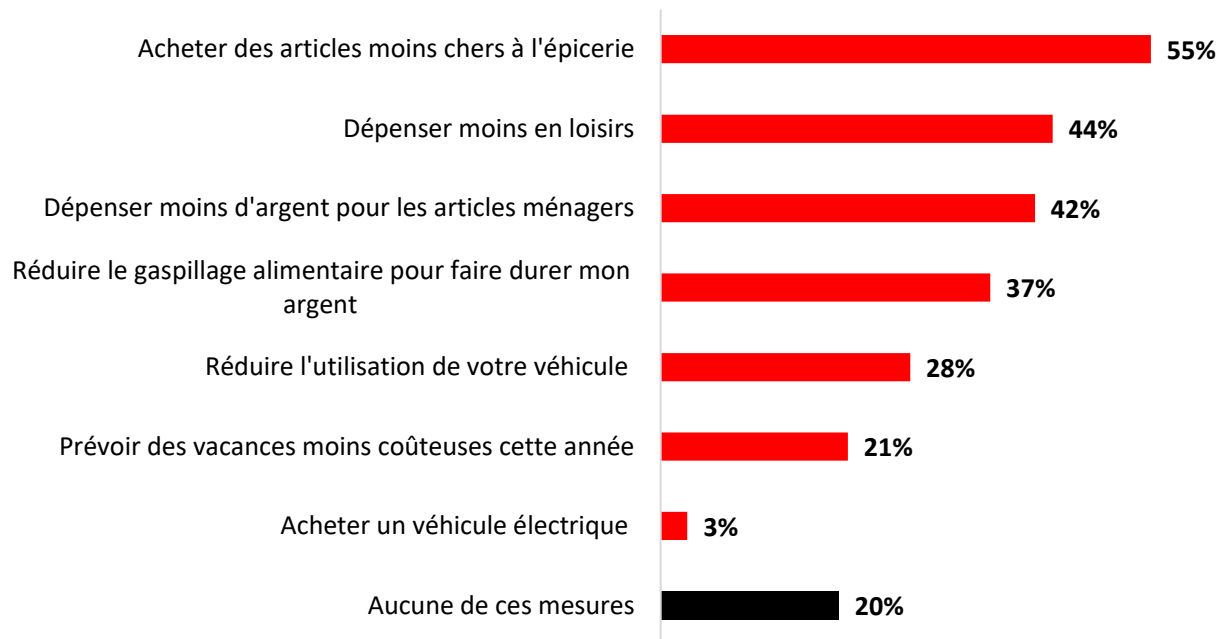


	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
% Total Qui Présenté n absolu =	1 565	1 008	
Retiré de l'argent de votre épargne pour payer des dépenses	34%	29%	5
Maintenu un solde mensuel plus élevé sur votre carte de crédit	26%	21%	5
Manqué un paiement de votre hypothèque ou de votre loyer	5%	6%	1

MESURES PRISES EN RAISON DE L'INFLATION (1/2)

CTC934. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, lesquelles des mesures suivantes avez-vous prises?

Base: Tous les répondants (n=1 565)



MESURES PRISES EN RAISON DE L'INFLATION (2/2)

CTC934. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, lesquelles des mesures suivantes avez-vous prises?

Base: Tous les répondants

	TOTAL CANADA	Atl.	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Homme	Femme	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	Total 9 mai 2022	Écart
n pondéré =	1 565	105	361	606	101	174	218	402	519	644	763	802	651	574	318	1 534	
n absolu =	1 565	102	427	610	126	134	166	408	586	571	769	796	683	559	307	1 534	
Acheter des articles moins chers à l'épicerie	55%	57%	52%	57%	49%	61%	50%	55%	57%	53%	48%	60%	55%	54%	55%	65%	-10
Dépenser moins en loisirs	44%	51%	35%	45%	47%	55%	45%	51%	45%	39%	45%	43%	44%	43%	45%	45%	-1
Dépenser moins d'argent pour les articles ménagers	42%	46%	26%	47%	46%	48%	45%	41%	44%	41%	37%	47%	41%	42%	43%	39%	+3
Réduire le gaspillage alimentaire pour faire durer mon argent	37%	42%	37%	38%	40%	31%	34%	34%	37%	39%	30%	44%	35%	40%	36%	46%	-9
Réduire l'utilisation de votre véhicule	28%	46%	20%	29%	37%	25%	27%	24%	26%	32%	26%	30%	25%	26%	37%	45%	-17
Prévoir des vacances moins coûteuses cette année	21%	16%	18%	22%	18%	21%	29%	23%	21%	20%	21%	21%	22%	20%	20%	26%	-5
Acheter un véhicule électrique	3%	0%	5%	2%	2%	2%	7%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	-2
Aucune de ces mesures	20%	17%	22%	20%	16%	16%	22%	13%	19%	25%	25%	15%	21%	18%	19%	12%	+8

MESURES PRISES EN RAISON DE L'INFLATION (CANADA VS ÉTATS-UNIS)

CTC934. En raison de la hausse de l'inflation au cours des derniers mois, lesquelles des mesures suivantes avez-vous prises?






Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 565	1 008	
n absolu =	1 565	1 008	
Acheter des articles moins chers à l'épicerie	55%	45%	10
Dépenser moins en loisirs	44%	36%	8
Dépenser moins d'argent pour les articles ménagers	42%	39%	3
Réduire le gaspillage alimentaire pour faire durer mon argent	37%	31%	6
Réduire l'utilisation de votre véhicule	28%	30%	2
Prévoir des vacances moins coûteuses cette année	21%	13%	8
Acheter un véhicule électrique	3%	2%	1
Aucune de ces mesures	20%	29%	9

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

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

