

TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Leger

Le 14 juin 2021

LA PRESSE **CANADIENNE**



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



METHODOLOGIE

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 **1 539 Canadiens et 1 004 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 4 juin 2021 et le 6 juin 2021** 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.

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 sélectionnés 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.

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 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.

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 2019, 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 2019		
Partis Fédéraux	Sondage Léger	Résultats officiels
PLC	33%	33%
PCC	33%	34%
NPD	18%	16%
BQ	8%	8%
Vert	6%	7%
PPC	2%	2%

Notes de lecture

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.

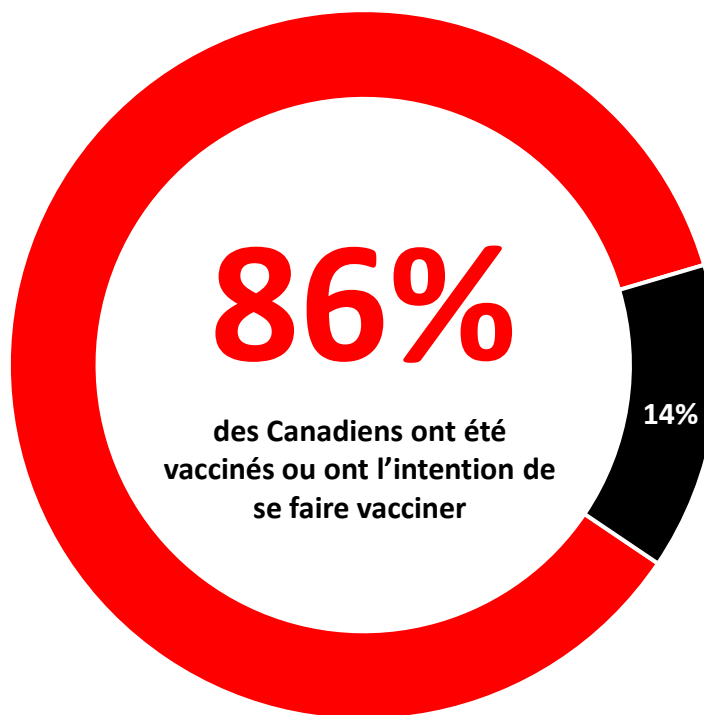
Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

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



CAMPAGNE DE VACCINATION

INDICE DE VACCINATION*



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 25 mai	Gap
n pondéré =	1 539	105	361	591	101	173	209	420	525	595	686	563	264	1 624	
n absolu =	1 539	101	413	611	127	133	154	415	633	491	714	554	254	1 624	
Canadiens qui ont été vaccinés ou ont l'intention de se faire vacciner	86%	81%	88%	87%	84%	80%	87%	82%	84%	90%	89%	85%	78%	86%	-
Canadiens qui n'ont pas l'intention de se faire vacciner	14%	19%	12%	13%	16%	20%	13%	18%	16%	10%	11%	15%	22%	14%	-

* Cet indice a été calculé en combinant les répondants qui ont dit oui à la question CTC547 : *Avez-vous reçu une dose de vaccin contre la COVID-19 ?* et ceux qui ont dit oui à la question CTC108: *Lorsqu'un vaccin contre la COVID-19 qui avait été approuvé par Santé Canada sera disponible pour la population et qu'il sera gratuit, avez-vous l'intention de vous faire vacciner ?*

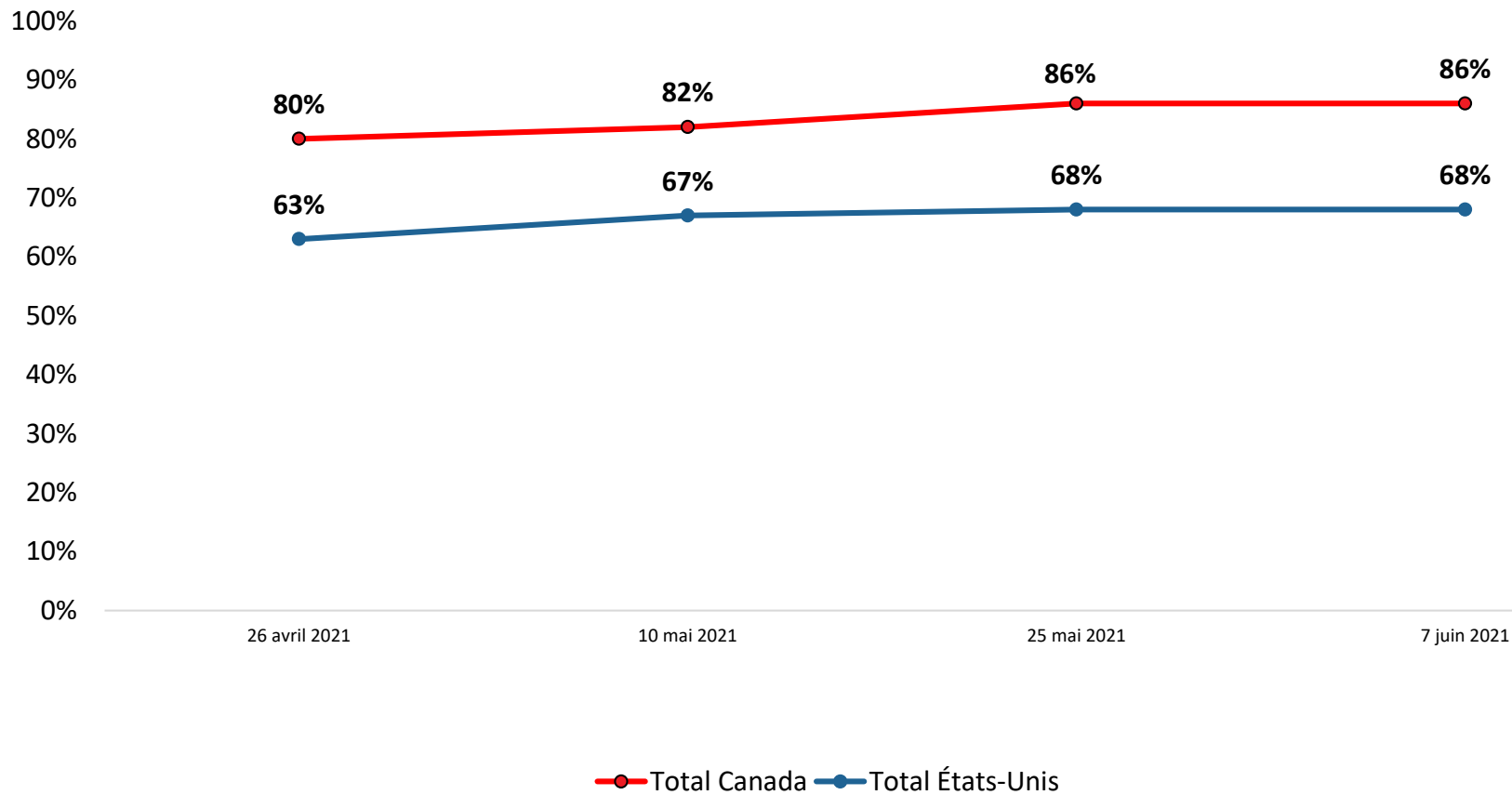
INDICE DE VACCINATION* (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 539	1 004	
n absolu =	1 539	1 004	
Canadiens/ Américains ont été vaccinés ou ont l'intention de se faire vacciner	86%	68%	18
Canadiens/ Américains qui n'ont pas l'intention de se faire vacciner	14%	32%	18

* Cet indice a été calculé en combinant les répondants qui ont dit oui à la question CTC547 : *Avez-vous reçu une dose de vaccin contre la COVID-19 ?* et ceux qui ont dit oui à la question CTC108 : *Lorsqu'un vaccin contre la COVID-19 qui avait été approuvé par Santé Canada/ la FDA sera disponible pour la population et qu'il sera gratuit, avez-vous l'intention de vous faire vacciner ?*

INDICE DE VACCINATION* - ÉVOLUTION



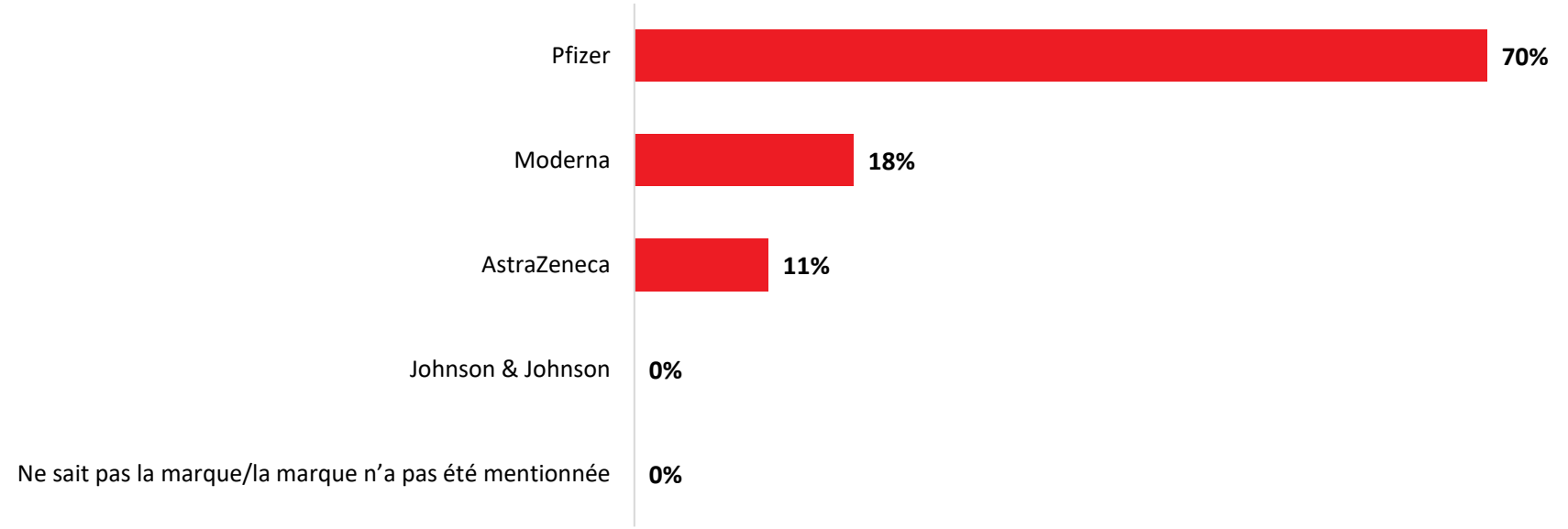
* Cet indice a été calculé en combinant les répondants qui ont dit oui à la question CTC547 : *Avez-vous reçu une dose de vaccin contre la COVID-19 ?* et ceux qui ont dit oui à la question CTC108 : *Lorsqu'un vaccin contre la COVID-19 qui avait été approuvé par Santé Canada/ la FDA sera disponible pour la population et qu'il sera gratuit, avez-vous l'intention de vous faire vacciner ?*

MARQUE DE VACCIN



CTC547B. Quelle marque de vaccin avez-vous reçu pour votre première dose ?

Base: Répondants ayant reçu une dose de vaccin (n=1 259)



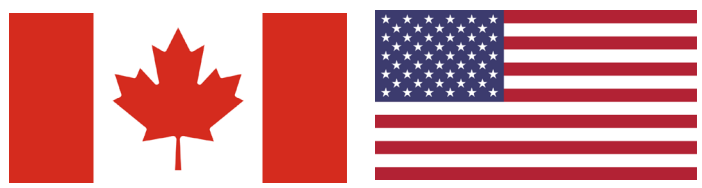
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 200	74	301	453	77	128	168	285	400	515	557	433	187
n absolu =	1 259	76	355	491	104	105	128	308	515	436	598	450	196
Pfizer	70%	63%	67%	72%	68%	74%	69%	81%	66%	67%	74%	69%	56%
Moderna	18%	21%	24%	15%	11%	16%	21%	17%	19%	19%	15%	18%	28%
AstraZeneca	11%	14%	9%	13%	19%	10%	8%	0%	15%	14%	9%	12%	16%
Johnson & Johnson	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Ne sait pas la marque/la marque n'a pas été mentionnée	0%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%

MARQUE DE VACCIN (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



CTC547B. Quelle marque de vaccin avez-vous reçu pour votre première dose ?

Base: Répondants ayant reçu une dose de vaccin



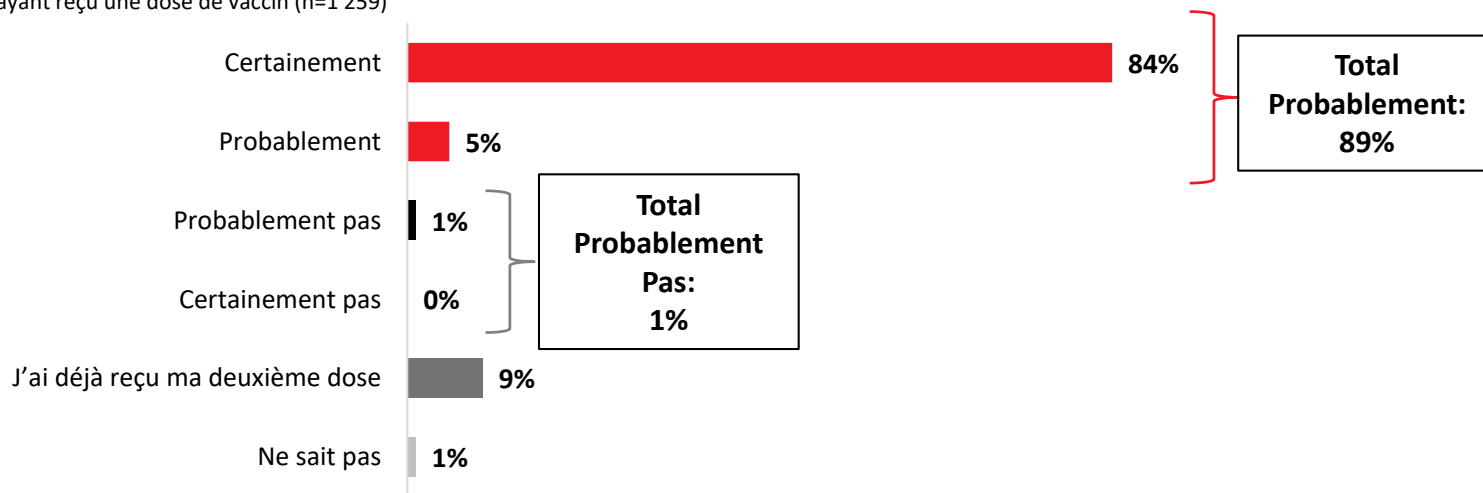
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 200	602	
n absolu =	1 259	677	
Pfizer	70%	49%	21
Moderna	18%	38%	20
AstraZeneca	11%	2%	9
Johnson & Johnson	0%	8%	8
Ne sait pas la marque/la marque n'a pas été mentionnée	0%	3%	3

DEUXIÈME DOSE DU VACCIN



CTC663. Allez-vous recevoir votre deuxième dose du vaccin contre la COVID-19 ?

Base Répondants ayant reçu une dose de vaccin (n=1 259)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 200	74	301	453	77	128	168	285	400	515	557	433	187
n absolu =	1 259	76	355	491	104	105	128	308	515	436	598	450	196
Total Probablement	89%	96%	88%	90%	84%	82%	93%	89%	91%	87%	87%	91%	91%
Certainement	84%	90%	81%	86%	76%	78%	88%	83%	84%	84%	81%	85%	88%
Probablement	5%	6%	7%	4%	9%	5%	5%	6%	7%	3%	6%	5%	3%
Total Probablement Pas	1%	1%	3%	0%	1%	1%	1%	3%	1%	0%	1%	1%	1%
Probablement pas	1%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	1%
Certainement pas	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%
J'ai déjà reçu ma deuxième dose	9%	3%	8%	9%	15%	16%	6%	8%	7%	11%	11%	8%	7%
Ne sait pas	1%	0%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%

DEUXIÈME DOSE DU VACCIN (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



CTC663. Allez-vous recevoir votre deuxième dose du vaccin contre la COVID-19 ?

Base Répondants ayant reçu une dose de vaccin



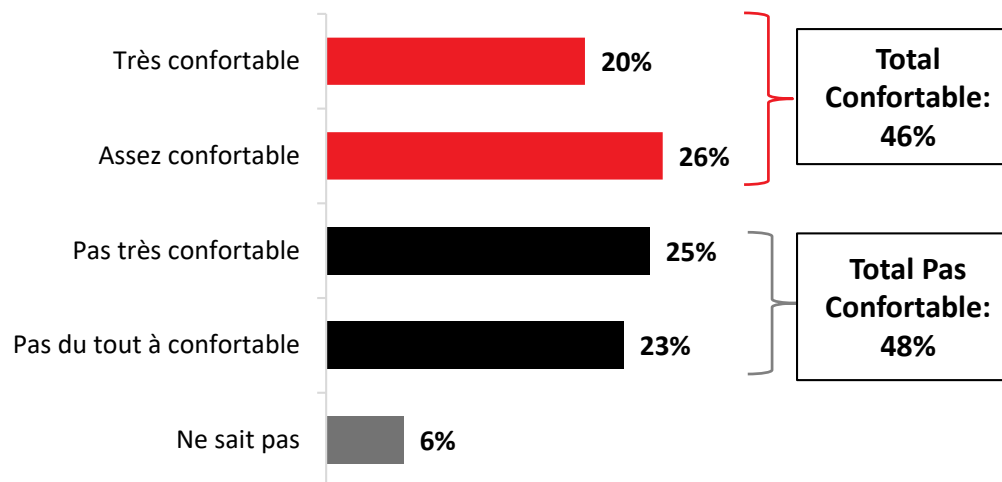
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 200	602	
n absolu =	1 259	677	
Total Probablement	89%	19%	70
Certainement	84%	15%	69
Probablement	5%	4%	1
Total Probablement Pas	1%	2%	1
Probablement pas	1%	0%	1
Certainement pas	0%	1%	1
J'ai déjà reçu ma deuxième dose	9%	78%	69
Ne sait pas	1%	1%	-

RECEVOIR UN VACCIN DIFFÉRENT POUR LA DEUXIÈME DOSE



CTC665. Maintenant que Santé Canada a approuvé l'administration d'une deuxième dose d'un vaccin différent de celui reçu lors de la première dose, dans quelle mesure vous sentiriez-vous à l'aise ou non si la deuxième dose que vous recevez était d'une marque différente de celle que vous avez reçue la première fois ?

Base: Répondants ayant reçu une dose de vaccin ou qui ont l'intention de recevoir le vaccin (n=1 372)



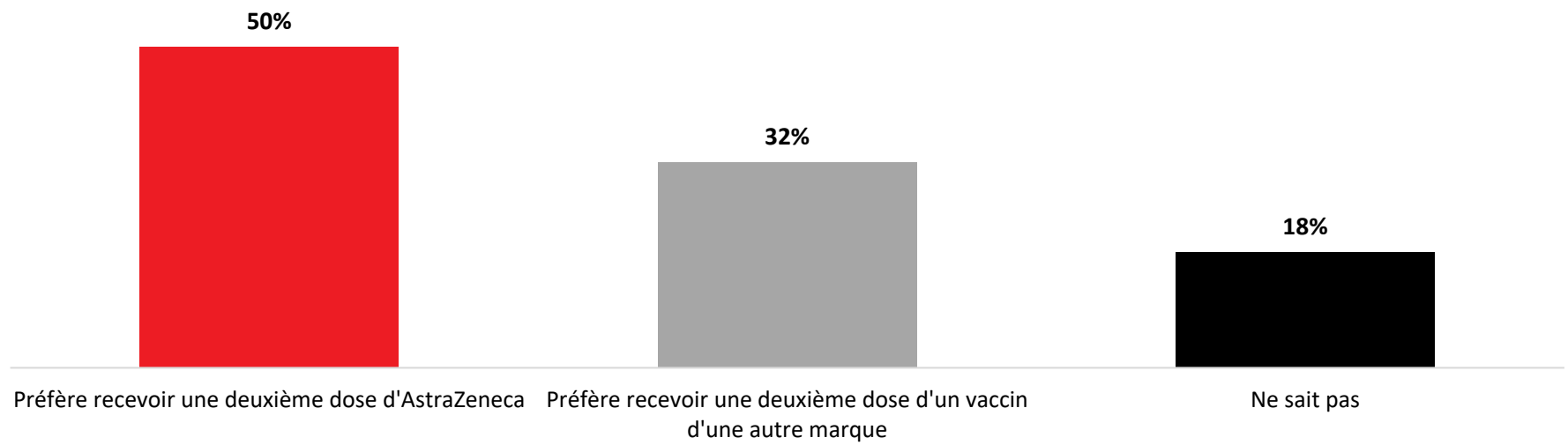
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 319	85	318	513	85	138	181	343	443	533	609	480	206
n absolu =	1 372	87	374	549	114	112	136	359	562	451	653	490	213
Total Confortable	46%	48%	42%	48%	39%	41%	55%	46%	47%	46%	47%	47%	45%
Très confortable	20%	24%	18%	20%	22%	15%	25%	17%	22%	21%	20%	18%	24%
Assez confortable	26%	24%	24%	28%	17%	27%	30%	29%	25%	25%	27%	29%	21%
Total Pas Confortable	48%	48%	52%	47%	51%	54%	37%	48%	45%	50%	46%	50%	48%
Pas très confortable	25%	22%	30%	22%	17%	32%	21%	30%	20%	25%	21%	29%	22%
Pas du tout à l'aise	23%	26%	22%	25%	34%	22%	15%	18%	25%	25%	24%	20%	26%
Ne sait pas	6%	4%	6%	5%	10%	5%	9%	6%	8%	4%	7%	3%	7%

RECEVOIR UNE AUTRE DOSE D'ASTRAZENECA



CTC666. Préférez-vous recevoir une seconde dose d'AstraZeneca ou une seconde dose de Pfizer ou Moderna ?

Base: Répondants ayant reçu une première dose du vaccin AstraZeneca (n=160)*



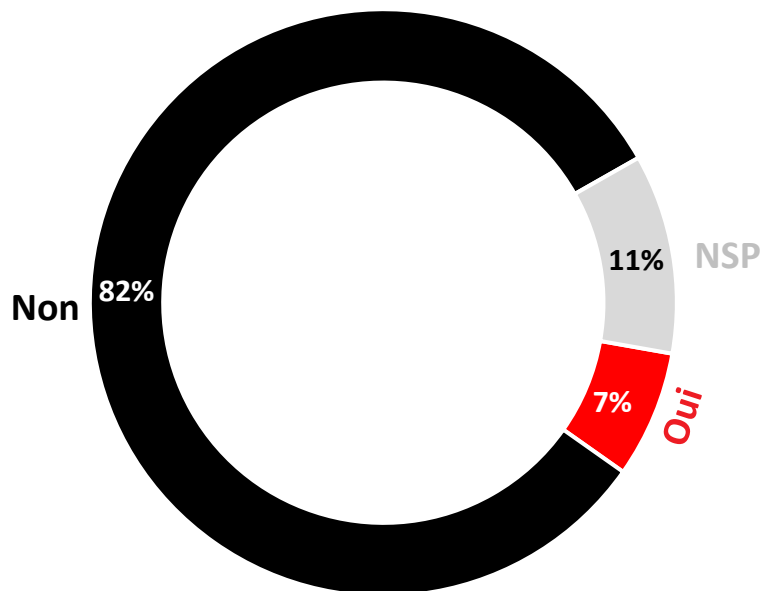
*Compte tenu du nombre de répondants, les résultats détaillés ne sont pas présentés.

SÉCURITÉ DES VACCINS



CTC434. Pensez-vous personnellement que les vaccins sont dangereux et qu'ils ne doivent pas être pris ou administrés ?

Base: Tous les répondants (n=1 539)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 25 mai	Écart
n pondéré =	1 539	105	361	591	101	173	209	420	525	595	686	563	264	1 624	
n absolu =	1 539	101	413	611	127	133	154	415	633	491	714	554	254	1 624	
Oui	7%	9%	6%	7%	13%	6%	5%	6%	8%	6%	6%	7%	10%	6%	+1
Non	82%	83%	83%	82%	80%	82%	81%	84%	79%	83%	83%	81%	82%	81%	-1
Ne sait pas	11%	8%	12%	11%	8%	11%	14%	10%	13%	10%	12%	12%	8%	12%	-1

SÉCURITÉ DES VACCINS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



CTC434. Pensez-vous personnellement que les vaccins sont dangereux et qu'ils ne doivent pas être pris ou administrés ?

Base: Tous les répondants



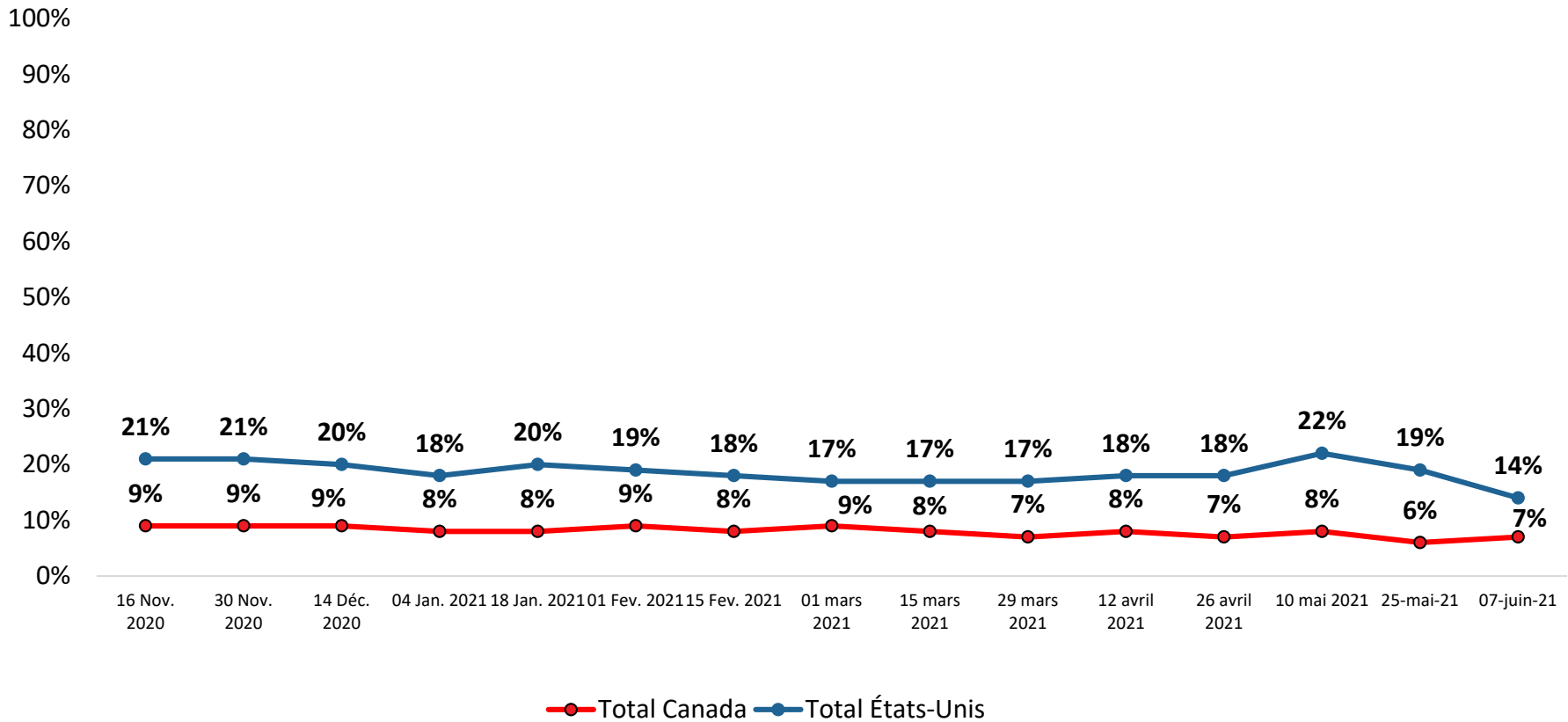
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 539	1 004	
n absolu =	1 539	1 004	
Oui	7%	14%	7
Non	82%	67%	15
Ne sait pas	11%	19%	8

SÉCURITÉ DES VACCINS - ÉVOLUTION



CTC434. Pensez-vous personnellement que les vaccins sont dangereux et qu'ils ne doivent pas être pris ou administrés ?

% Oui présenté





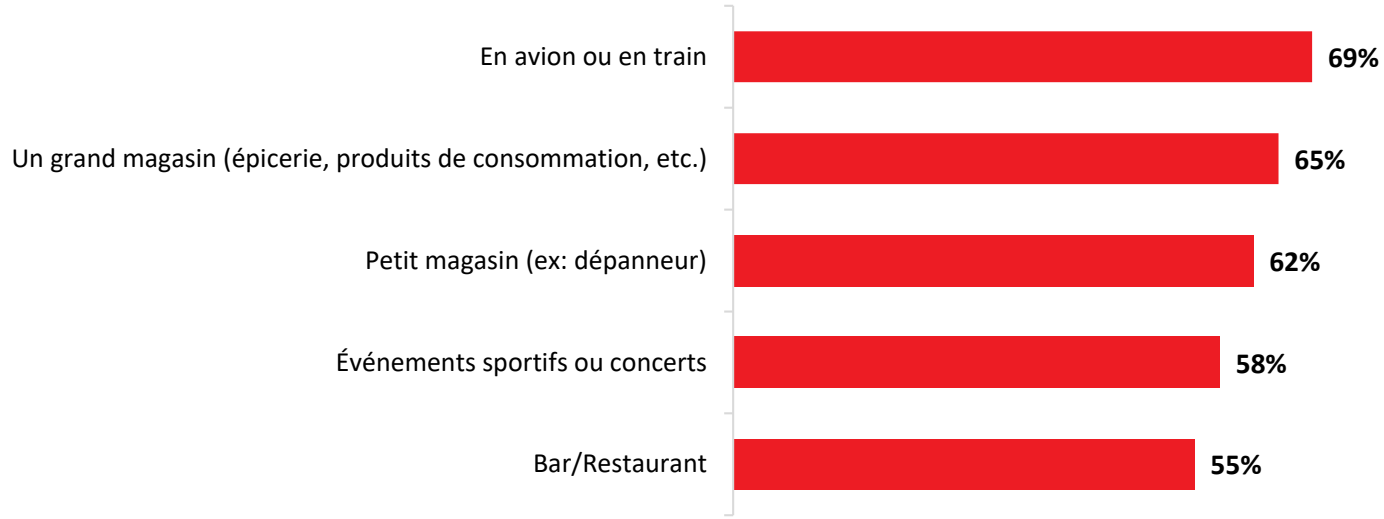
LE PORT DU MASQUE AUX ÉTATS-UNIS

PORT DU MASQUE EN PUBLIC



CTC669. Dans quels lieux/situations suivants, le cas échéant, portez-vous encore un masque ?

Base: Tous les répondants (n=1 004)

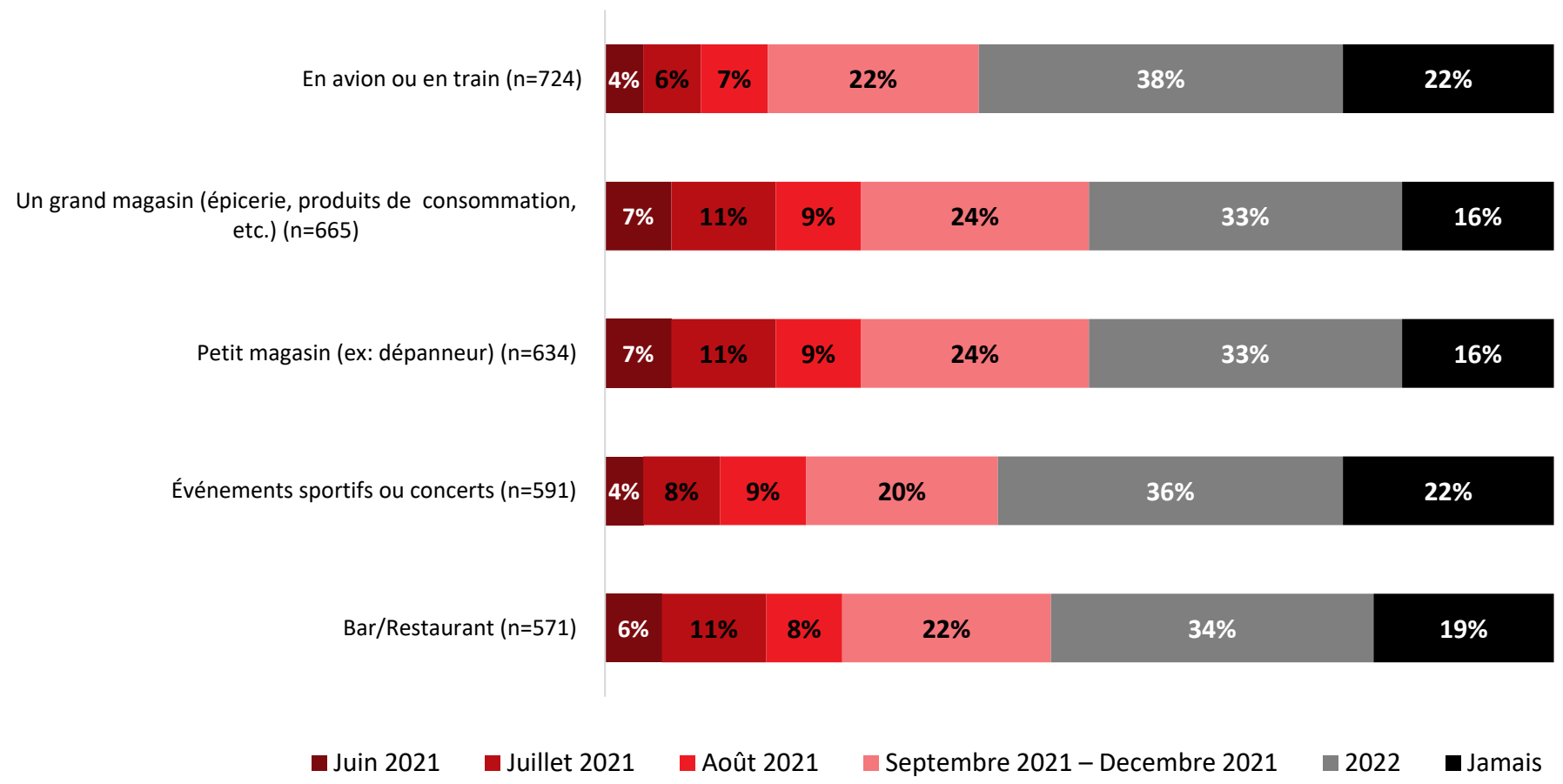


	TOTAL ÉTATS-UNIS	Nord-Est	Mid-Ouest	Sud	Ouest	18-34	35-54	55+	Homme	Femme
n pondéré =	1 004	180	218	372	234	276	393	335	487	517
n absolu =	1 004	200	205	323	276	196	407	401	494	510
En avion ou en train	69%	70%	64%	67%	76%	71%	67%	70%	67%	71%
Un grand magasin (épicerie, produits de consommation, etc.)	65%	72%	56%	60%	74%	67%	67%	59%	62%	67%
Petit magasin (ex: dépanneur)	62%	70%	49%	59%	71%	65%	64%	56%	60%	63%
Événements sportifs ou concerts	58%	62%	49%	57%	64%	65%	57%	53%	56%	60%
Bar/Restaurant	55%	60%	44%	54%	64%	61%	57%	47%	52%	58%

CESSER DE PORTER LE MASQUE



CTC670. Quand pensez-vous que vous arrêterez de porter un masque à :
 Base: Répondants qui portent encore un masque dans les lieux/situations suivants

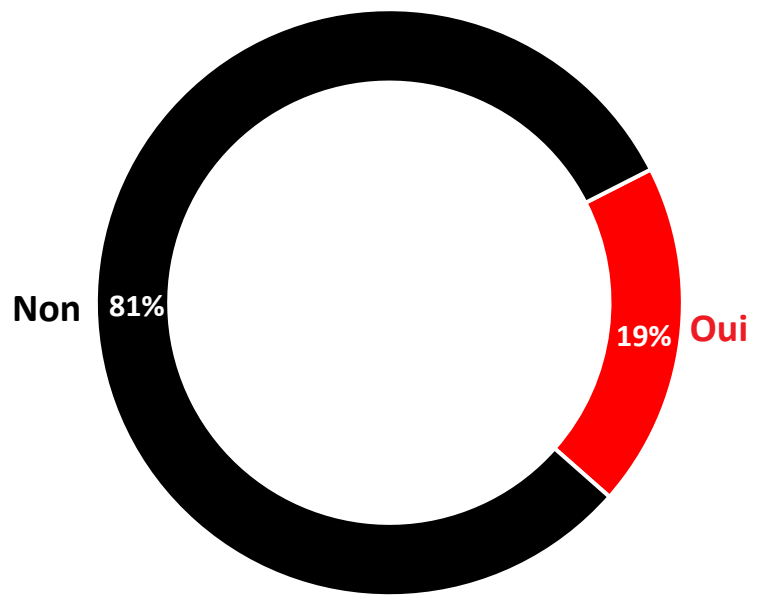


SUPPOSITION SUR LES PERSONNES PORTANT UN MASQUE



CTC671. Si vous voyez quelqu'un porter un masque, supposez-vous que cette personne n'a pas été vaccinée ?






Base: Tous les répondants (n=1 004)



	TOTAL ÉTATS-UNIS	Nord-Est	Mid-Ouest	Sud	Ouest	18-34	35-54	55+	Homme	Femme
n pondéré =	1 004	180	218	372	234	276	393	335	487	517
n absolu =	1 004	200	205	323	276	196	407	401	494	510
Oui	19%	32%	19%	18%	12%	24%	20%	15%	24%	15%
Non	81%	68%	81%	82%	88%	76%	80%	85%	76%	85%

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

ANNEXES

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	154	209
Alberta	133	173
Manitoba/ Saskatchewan	127	101
Ontario	611	591
Québec	413	361
Atlantique	105	101

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

Province	Non pondéré	Pondéré
Nord-Est	180	200
MidWest	218	205
Sud	372	323
Ouest	234	276

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Échantillons pondérés et non pondérés (suite) 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	748	814
Femme	792	725

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	420	415
Entre 35 et 55 ans	633	525
55 ans et plus	491	595

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	947	1,001
Français	363	320
Autre	229	218

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1832 et un facteur maximum de pondération de 4,1232. La variance de la pondération est de 0.3792

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Échantillons pondérés et non pondérés (suite) 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	487	494
Femme	510	517

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 29 ans	98	165
Entre 30 et 39 ans	200	228
Entre 40 et 49 ans	187	197
Entre 50 et 64 ans	284	251
65 ans et plus	225	173

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,1908 et un facteur maximum de pondération de 3,5972. La variance de la pondération est de 0,3323.

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.

NOS SERVICES

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

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

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