

---

TRACKER NORD-AMÉRICAIN

# LeSger

ÉDITION DU  
**27 septembre 2021**



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 1 537 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 24 septembre 2021 et le 26 septembre 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, la présence des enfants dans les ménages et le parti pour lequel les répondants ont voté aux dernières élections fédérales afin de rendre l'échantillon représentatif de la population générale.

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## MÉTHODOLOGIE



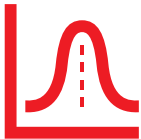
Le panel LEO (Leger Opinion) est le plus grand panel canadien avec plus de 400 000 panélistes représentatifs provenant de toutes les régions du Canada. LEO a été créé par Léger sur la base d'un échantillon canadien représentatif des citoyens canadiens ayant accès à Internet.

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](mailto:cbourque@leger360.com) ou Jack Jedwab, Président & CEO de l'Association d'Études Canadiennes : [jack.jedwab@acs-aec.ca](mailto:jack.jedwab@acs-aec.ca).

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



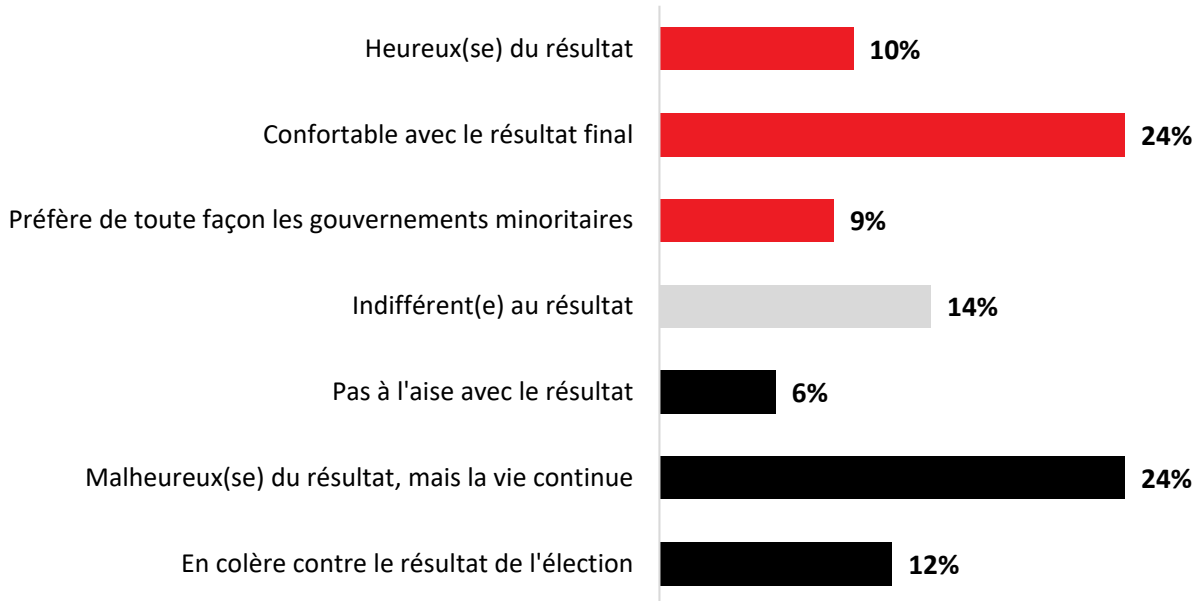
**Leger**

# SONDAGE POST-ÉLECTION

## SENTIMENT SUR LE RÉSULTAT DE L'ÉLECTION (1/2)

CTC790. Comme vous le savez, les Canadiens ont élu un gouvernement libéral minoritaire. Veuillez choisir l'affirmation qui représente le mieux comment vous vous sentez par rapport au résultat de l'élection.

Base: Tous les répondants (n=1 537)





## SENTIMENT SUR LE RÉSULTAT DE L'ÉLECTION (2/2)

CTC790. Comme vous le savez, les Canadiens ont élu un gouvernement libéral minoritaire. Veuillez choisir l'affirmation qui représente le mieux comment vous vous sentez par rapport au résultat de l'élection.

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 =	1 537	105	361	590	100	172	208	419	524	594	627	580	321
n absolu =	1 537	102	409	612	125	129	160	410	602	525	648	579	300
Heureux(se) du résultat	10%	15%	10%	10%	7%	12%	7%	8%	10%	10%	13%	8%	6%
Confortable avec le résultat final	24%	32%	26%	24%	19%	17%	29%	25%	25%	23%	28%	23%	20%
Préfère de toute façon les gouvernements minoritaires	9%	8%	8%	10%	7%	8%	10%	8%	8%	11%	11%	9%	8%
Indifférent(e) au résultat	14%	14%	16%	16%	8%	6%	14%	18%	17%	8%	15%	14%	12%
Pas à l'aise avec le résultat	6%	6%	5%	7%	7%	8%	3%	5%	5%	7%	5%	6%	7%
Malheureux(se) du résultat, mais la vie continue	24%	18%	25%	22%	31%	29%	24%	23%	22%	27%	20%	28%	27%
En colère contre le résultat de l'élection	12%	5%	10%	11%	23%	19%	13%	13%	12%	13%	9%	13%	19%

# SENTIMENT SUR LE RÉSULTAT DE L'ÉLECTION

## – PAR VOTE

CTC790. Comme vous le savez, les Canadiens ont élu un gouvernement libéral minoritaire. Veuillez choisir l'affirmation qui représente le mieux comment vous vous sentez par rapport au résultat de l'élection.

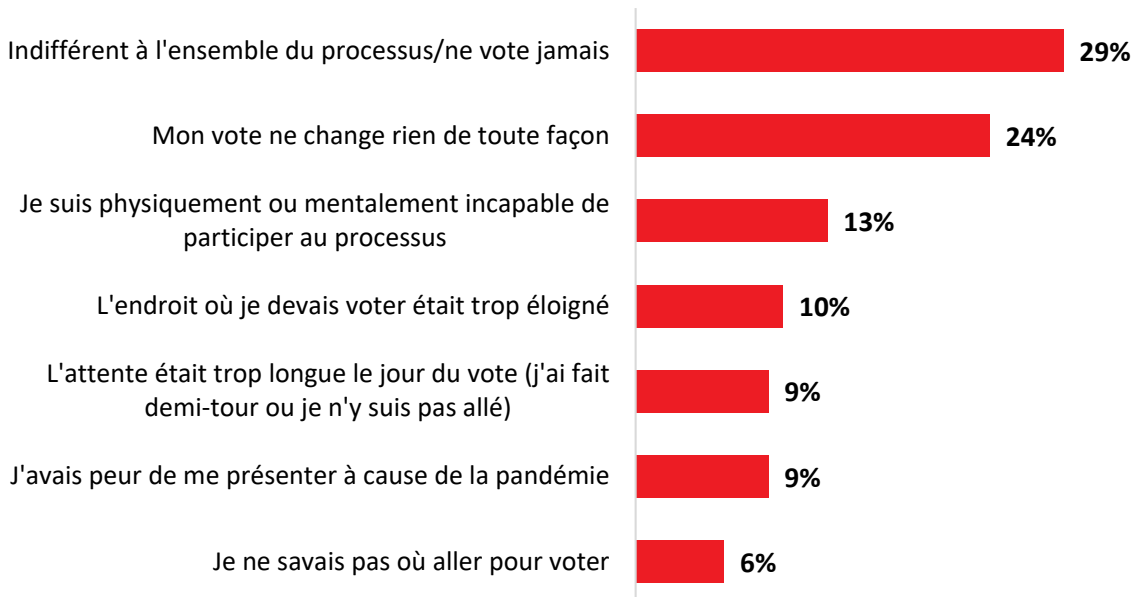
Base: Tous les répondants

		 Liberal	 NPD	 BQ	 PPC	 PVC	
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 537	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 537	429	333	245	114	57	28*
Heureux(se) du résultat	10%	23%	2%	5%	15%	4%	3%
Confortable avec le résultat final	24%	49%	9%	23%	27%	3%	12%
Préfère de toute façon les gouvernements minoritaires	9%	7%	6%	17%	15%	5%	28%
Indifférent(e) au résultat	14%	8%	4%	20%	8%	9%	21%
Pas à l'aise avec le résultat	6%	3%	10%	6%	3%	6%	5%
Malheureux(se) du résultat, mais la vie continue	24%	9%	42%	20%	27%	39%	17%
En colère contre le résultat de l'élection	12%	1%	27%	9%	5%	33%	13%

## RAISON PRINCIPALE DE NE PAS VOTER (1/2)

CTC784B. Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'avez pas voté ?

Base: Répondants qui n'ont pas voté aux élections fédérales de 2021 (n=218)



## RAISON PRINCIPALE DE NE PAS VOTER (2/2)

CTC784B. Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'avez pas voté ?

Base: Répondants qui n'ont pas voté aux élections fédérales de 2021

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	230	14	55	98	13	18	32	93	85	52	96	75	53
n absolu =	218	16*	56	94	16*	13*	23*	81	91	46	93	72	49
Indifférent à l'ensemble du processus/ne vote jamais	29%	31%	33%	32%	23%	8%	26%	28%	32%	26%	28%	30%	29%
Mon vote ne change rien de toute façon	24%	14%	15%	21%	47%	59%	27%	22%	21%	35%	32%	18%	18%
Je suis physiquement ou mentalement incapable de participer au processus	13%	11%	14%	10%	10%	17%	17%	15%	12%	8%	10%	13%	17%
L'endroit où je devais voter était trop éloigné	10%	13%	9%	14%	0%	3%	7%	12%	7%	12%	7%	9%	18%
L'attente était trop longue le jour du vote (j'ai fait demi-tour ou je n'y suis pas allé)	9%	14%	14%	8%	0%	0%	9%	6%	13%	8%	8%	8%	10%
J'avais peur de me présenter à cause de la pandémie	9%	6%	12%	7%	10%	12%	10%	12%	8%	6%	7%	14%	6%
Je ne savais pas où aller pour voter	6%	11%	3%	7%	10%	0%	4%	5%	7%	5%	7%	7%	1%

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

# VOTE STRATÉGIQUE

CTC786. Avez-vous voté pour ce parti principalement parce que vous aimez ce qu'il représente/le meilleur leader/la meilleure plateforme OU avez-vous principalement voté contre un autre parti/stratégiquement ?

Base: Répondants ayant déclaré pour quel parti ils ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 215)









	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 199	85	274	456	79	144	161	310	397	492	494	460	242
n absolu =	1 215	82	320	485	98	107	123	313	465	437	518	466	226
Vous aimez ce qu'il représente	73%	69%	70%	74%	72%	77%	72%	79%	75%	66%	76%	69%	75%
Vous avez voté contre un autre parti/stratégiquement	27%	31%	30%	26%	28%	23%	28%	21%	25%	34%	24%	31%	25%

# VOTE STRATÉGIQUE— PAR VOTE

CTC786. Avez-vous voté pour ce parti principalement parce que vous aimez ce qu'il représente/le meilleur leader/la meilleure plateforme OU avez-vous principalement voté contre un autre parti/stratégiquement ?

Base: Répondants ayant déclaré pour quel parti ils ont voté aux élections fédérales de 2021

		 Libéral	 C	 NPD	 BQ	 PPC	 PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 199	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 215	429	333	245	114	57	28*
Vous aimez ce qu'il représente	73%	76%	61%	83%	77%	84%	71%
Vous avez voté contre un autre parti/stratégiquement	27%	24%	39%	17%	23%	16%	29%

# INTENTION DERRIÈRE LE VOTE

CTC786B. Avez-vous principalement voté pour ...

Base: Répondants ayant déclaré pour quel parti ils ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 215)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 199	85	274	456	79	144	161	310	397	492	494	460	242
n absolu =	1 215	82	320	485	98	107	123	313	465	437	518	466	226
... le parti lui-même	44%	30%	46%	46%	32%	49%	44%	44%	47%	42%	46%	44%	41%
... le/la chef(fe) du parti	29%	33%	25%	29%	31%	33%	32%	32%	28%	28%	30%	30%	26%
... votre candidat(e) local(e)	27%	36%	29%	26%	37%	18%	24%	23%	25%	30%	24%	26%	34%

# INTENTION DERRIÈRE LE VOTE – PAR VOTE

CTC786B. Avez-vous principalement voté pour ...

Base: Répondants ayant déclaré pour quel parti ils ont voté aux élections fédérales de 2021

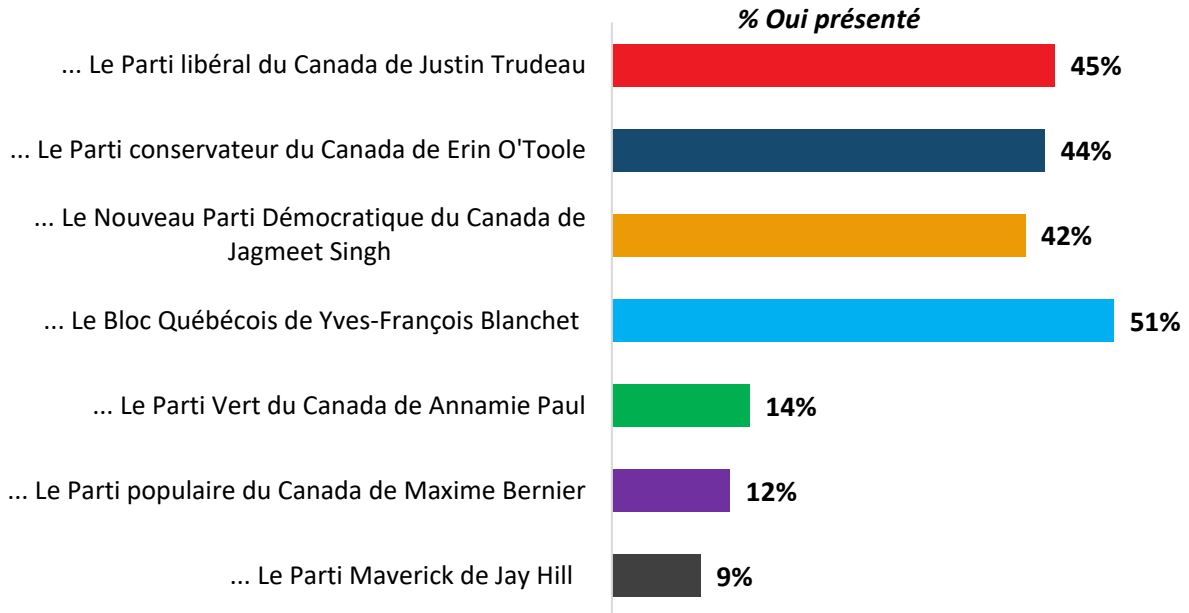
		Libéral	C	NPD	BQ	PPC	PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 199	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 215	429	333	245	114	57	28*
... le parti lui-même	44%	41%	49%	38%	42%	59%	49%
... le/la chef(fe) du parti	29%	34%	23%	38%	23%	26%	12%
... votre candidat(e) local(e)	27%	25%	28%	24%	35%	15%	39%



# PARTIS CONSIDÉRÉS PENDANT L'ÉLECTION (1/2)

CTC785B. Avez-vous envisagé de voter pour les partis suivants à un moment quelconque de la campagne électorale ?\*

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 300)



\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

# PARTIS CONSIDÉRÉS PENDANT L'ÉLECTION (2/2)

CTC785B. Avez-vous envisagé de voter pour les partis suivants à un moment quelconque de la campagne électorale ?\*

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 286	90	305	483	85	151	173	324	427	536	517	500	265
n absolu =	1 300	85	351	510	107	113	134	326	500	474	544	502	249
<b>% Oui présenté</b>													
... Le Parti libéral du Canada de Justin Trudeau	45%	67%	38%	49%	35%	37%	45%	46%	45%	44%	50%	43%	36%
... Le Parti conservateur du Canada de Erin O'Toole	44%	36%	35%	44%	53%	60%	41%	37%	43%	48%	37%	44%	55%
... Le Nouveau Parti Démocratique du Canada de Jagmeet Singh	42%	43%	29%	47%	43%	41%	50%	59%	40%	34%	46%	41%	36%
... Le Bloc Québécois de Yves-François Blanchet (QC seulement)	51%	-	51%	-	-	-	-	51%	50%	51%	47%	54%	52%
... Le Parti Vert du Canada de Annamie Paul	14%	13%	12%	16%	16%	8%	16%	25%	13%	8%	17%	12%	12%
... Le Parti populaire du Canada de Maxime Bernier	12%	10%	7%	15%	16%	18%	7%	17%	12%	10%	11%	13%	14%
... Le Parti Maverick de Jay Hill (AB et SK seulement)	9%	-	-	-	18%	6%	-	9%	6%	11%	5%	5%	19%







\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

# PARTIS CONSIDÉRÉS PENDANT L'ÉLECTION

## – PAR VOTE

CTC785B. Avez-vous envisagé de voter pour les partis suivants à un moment quelconque de la campagne électorale ?\*

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

		 Liberal	 PLC	 NPD	 BQ	 PPC	 PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 286	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 300	429	333	245	114	57	28**
<b>% Oui présenté</b>							
... Le Parti libéral du Canada de Justin Trudeau	45%	-	12%	35%	20%	3%	12%
... Le Parti conservateur du Canada de Erin O'Toole	44%	10%	-	13%	27%	53%	9%
... Le Nouveau Parti Démocratique du Canada de Jagmeet Singh	42%	42%	21%	-	22%	21%	37%
... Le Bloc Québécois de Yves-François Blanchet (QC seulement)	51%	21%	33%	30%	-	31%**	31%**
... Le Parti Vert du Canada de Annamie Paul	14%	7%	8%	28%	5%	11%	97%
... Le Parti populaire du Canada de Maxime Bernier	12%	2%	16%	3%	2%	-	0%
... Le Parti Maverick de Jay Hill (AB et SK seulement)	9%	0%	7%	0%	-	13%**	0%**

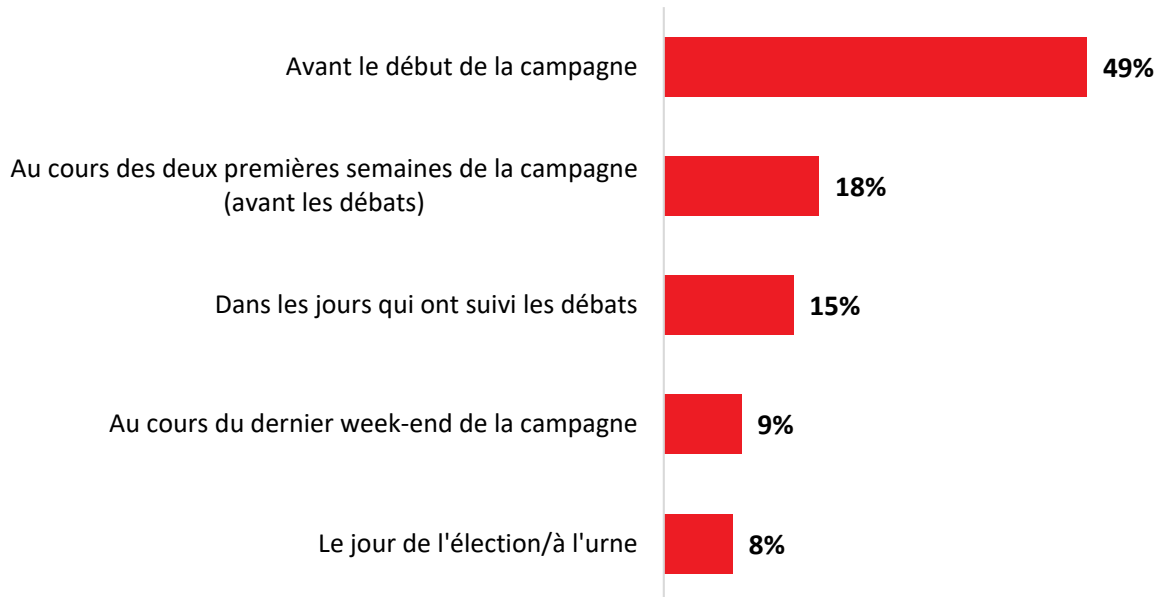
\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

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

# QUAND LA DÉCISION FINALE A ÉTÉ PRISE (1/2)

CTC787. Quand avez-vous décidé pour qui vous alliez voter ?

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 300)



# QUAND LA DÉCISION FINALE A ÉTÉ PRISE (2/2)

CTC787. Quand avez-vous décidé pour qui vous alliez voter ?

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 286	90	305	483	85	151	173	324	427	536	517	500	265
n absolu =	1 300	85	351	510	107	113	134	326	500	474	544	502	249
Avant le début de la campagne	49%	50%	44%	46%	57%	55%	53%	38%	46%	57%	47%	50%	51%
Au cours des deux premières semaines de la campagne (avant les débats)	18%	19%	16%	20%	16%	18%	20%	21%	18%	17%	19%	18%	19%
Dans les jours qui ont suivi les débats	15%	13%	21%	16%	6%	13%	11%	18%	16%	13%	17%	16%	8%
Au cours du dernier week-end de la campagne	9%	9%	8%	9%	11%	8%	11%	14%	9%	7%	9%	9%	9%
Le jour de l'élection/à l'urne	8%	9%	11%	9%	9%	6%	5%	9%	11%	6%	7%	8%	12%

# QUAND LA DÉCISION FINALE A ÉTÉ PRISE – PAR VOTE

CTC787. Quand avez-vous décidé pour qui vous alliez voter ?

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

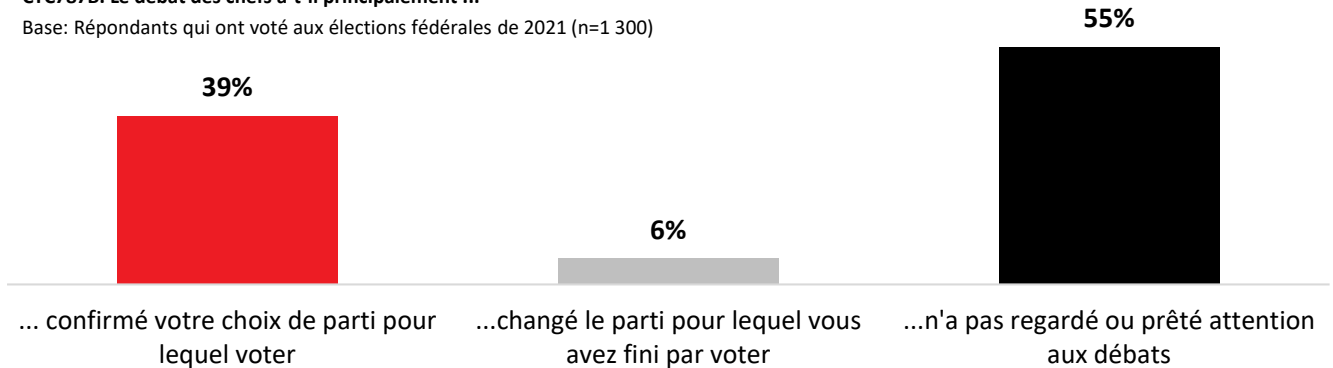
		Libéral	C	NPD	BQ	PPC	PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 286	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 300	429	333	245	114	57	28*
Avant le début de la campagne	49%	53%	58%	44%	43%	28%	45%
Au cours des deux premières semaines de la campagne (avant les débats)	18%	17%	18%	23%	15%	31%	8%
Dans les jours qui ont suivi les débats	15%	15%	9%	15%	30%	17%	23%
Au cours du dernier week-end de la campagne	9%	8%	8%	12%	5%	17%	0%
Le jour de l'élection/à l'urne	8%	6%	8%	6%	7%	7%	24%

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

# IMPACT DES DÉBATS DES CHEFS

CTC787B. Le débat des chefs a-t-il principalement ...

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 300)









	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 286	90	305	483	85	151	173	324	427	536	517	500	265
n absolu =	1 300	85	351	510	107	113	134	326	500	474	544	502	249
... confirmé votre choix de parti pour lequel voter	39%	35%	39%	35%	36%	44%	45%	47%	35%	36%	40%	40%	33%
...changé le parti pour lequel vous avez fini par voter	6%	7%	6%	7%	2%	7%	5%	7%	7%	5%	8%	5%	6%
...n'a pas regardé ou prêté attention aux débats	55%	58%	54%	57%	62%	49%	50%	46%	57%	59%	53%	55%	61%

# IMPACT DES DÉBATS DES CHEFS – PAR VOTE

CTC787B. Le débat des chefs a-t-il principalement ...

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

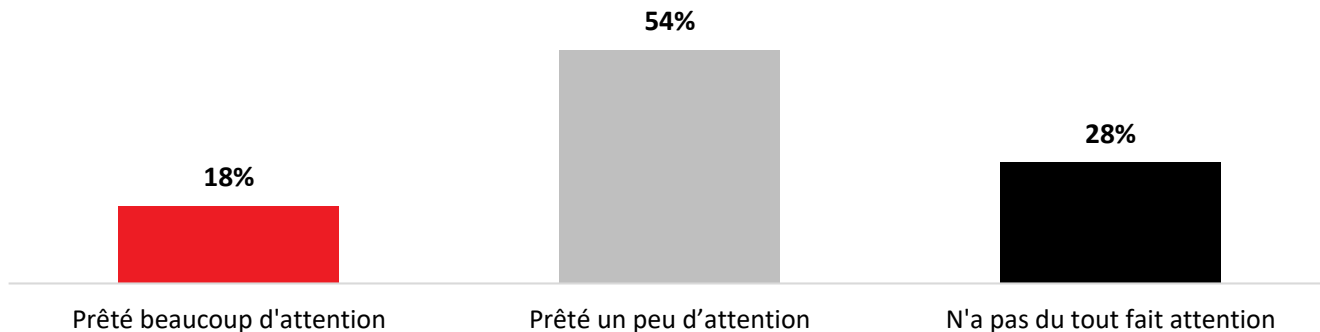
		 Liberal	 C	 NPDP	 B	 PPC	 PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 286	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 300	429	333	245	114	57	28*
... confirmé votre choix de changement de parti pour lequel voter	<b>39%</b>	43%	37%	41%	<b>49%</b>	<b>26%</b>	12%
...changé le parti pour lequel vous avez fini par voter	<b>6%</b>	5%	5%	6%	<b>12%</b>	<b>14%</b>	13%
...n'a pas regardé ou prêté attention aux débats	<b>55%</b>	52%	58%	53%	<b>39%</b>	60%	75%



# ATTENTION PORTÉE AUX SONDAGES PENDANT LA CAMPAGNE

CTC787BC. Pendant la campagne, avez-vous prêté attention à ce que les enquêtes ou les sondages électoraux disaient de la course ?

Base: Tous les répondants (n=1 537)









	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 537	105	361	590	100	172	208	419	524	594	627	580	321
n absolu =	1 537	102	409	612	125	129	160	410	602	525	648	579	300
Prêté beaucoup d'attention	18%	12%	17%	18%	19%	22%	18%	21%	16%	17%	20%	16%	16%
Prêté un peu d'attention	54%	59%	51%	57%	44%	57%	52%	52%	53%	56%	54%	57%	48%
N'a pas du tout fait attention	28%	29%	32%	25%	37%	21%	31%	27%	31%	27%	26%	26%	36%

# ATTENTION PORTÉE AUX SONDAGES PENDANT LA CAMPAGNE - *PAR VOTE*

CTC787BC. Pendant la campagne, avez-vous prêté attention à ce que les enquêtes ou les sondages électoraux disaient de la course ?

Base: Tous les répondants

		 Liberal	 C	 NPD	 BQ	 PPC	 PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 537	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 537	429	333	245	114	57	28*
Prêté beaucoup d'attention	<b>18%</b>	22%	22%	<b>13%</b>	16%	25%	17%
Prêté un peu d'attention	<b>54%</b>	55%	53%	<b>62%</b>	55%	50%	44%
N'a pas du tout fait attention	<b>28%</b>	23%	25%	25%	29%	24%	39%

# CHANGEMENT DANS LE CHOIX FINAL

CTC788. Si vous pensez à la personne pour laquelle vous avez finalement voté, était-ce votre choix initial ou avez-vous changé d'avis à un moment donné de la campagne ?

Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021 (n=1 300)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 286	90	305	483	85	151	173	324	427	536	517	500	265
n absolu =	1 300	85	351	510	107	113	134	326	500	474	544	502	249
Choix initial	83%	84%	80%	83%	90%	92%	75%	85%	78%	86%	85%	81%	82%
J'ai changé pour ce choix	17%	16%	20%	17%	10%	8%	25%	15%	22%	14%	15%	19%	18%

## CHANGEMENT DANS LE CHOIX FINAL – PAR VOTE

CTC788. Si vous pensez à la personne pour laquelle vous avez finalement voté, était-ce votre choix initial ou avez-vous changé d'avis à un moment donné de la campagne ?

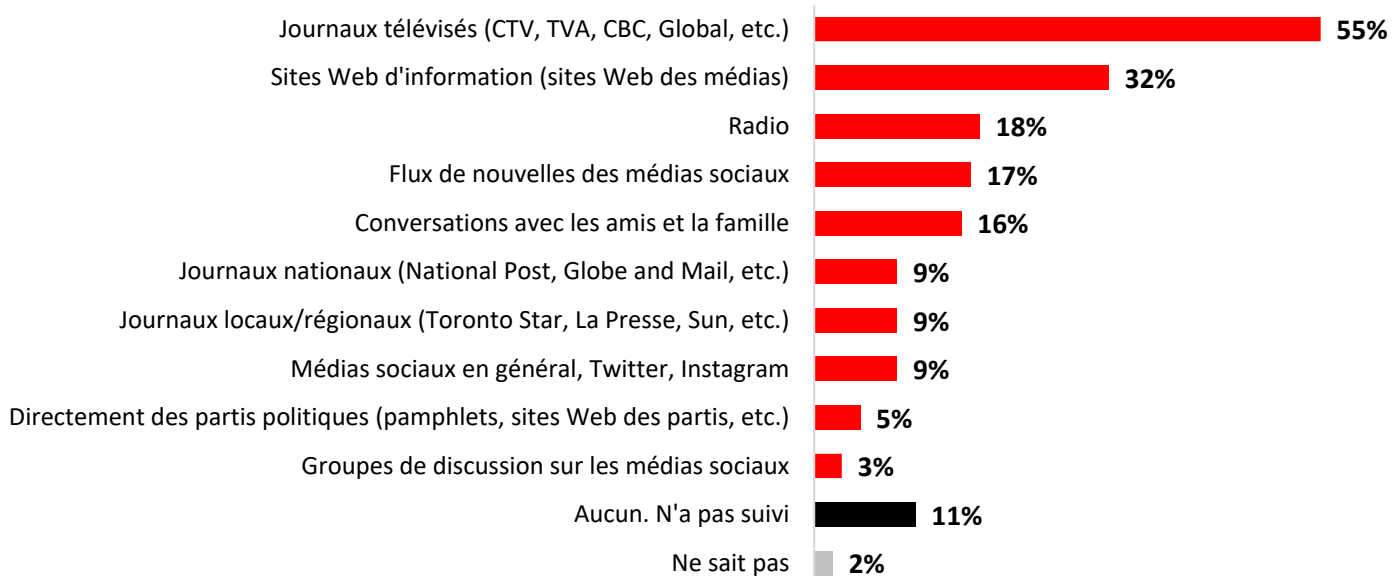
Base: Répondants qui ont voté aux élections fédérales de 2021

		Libéral	C	NPD	BQ	PPC	PVC
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 286	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 300	429	333	245	114	57	28*
Choix initial	83%	86%	88%	84%	71%	69%	75%
J'ai changé pour ce choix	17%	14%	12%	16%	29%	31%	25%

# SOURCES D'INFORMATION DURANT LA CAMPAGNE (1/2)

CTC791. Quelles sont les sources que vous avez le plus souvent utilisées pour vous tenir informé des annonces et des événements de la campagne électorale ? Veuillez choisir les 2 sources\* que vous avez personnellement utilisées le plus souvent pour vous tenir informé.

Base: Tous les répondants (n=1 537)



\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

# SOURCES D'INFORMATION DURANT LA CAMPAGNE (2/2)

CTC791. Quelles sont les sources que vous avez le plus souvent utilisées pour vous tenir informé des annonces et des événements de la campagne électorale ? Veuillez choisir les 2 sources\* que vous avez personnellement utilisées le plus souvent pour vous tenir informé.

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 =	1 537	105	361	590	100	172	208	419	524	594	627	580	321
n absolu =	1 537	102	409	612	125	129	160	410	602	525	648	579	300
Journaux télévisés (CTV, TVA, CBC, Global, etc.)	55%	57%	59%	54%	50%	50%	55%	40%	53%	67%	53%	58%	53%
Sites Web d'information (sites Web des médias)	32%	34%	31%	31%	31%	36%	33%	31%	34%	31%	33%	33%	28%
Radio	18%	14%	27%	16%	14%	16%	14%	12%	18%	22%	16%	18%	22%
Flux de nouvelles des médias sociaux	17%	23%	11%	14%	23%	28%	21%	21%	19%	13%	16%	17%	19%
Conversations avec les amis et la famille	16%	20%	15%	16%	20%	13%	15%	19%	16%	13%	16%	16%	16%
Journaux nationaux (National Post, Globe and Mail, etc.)	9%	5%	6%	10%	7%	10%	14%	10%	7%	10%	11%	9%	4%
Journaux locaux/régionaux (Toronto Star, La Presse, Sun, etc.)	9%	5%	12%	10%	5%	12%	5%	6%	8%	13%	9%	11%	7%
Médias sociaux en général, Twitter, Instagram	9%	12%	11%	9%	9%	9%	7%	17%	8%	4%	9%	8%	11%
Directement des partis politiques (pamphlets, sites Web des partis, etc.)	5%	1%	3%	4%	6%	10%	5%	6%	4%	4%	4%	5%	5%
Groupes de discussion sur les médias sociaux	3%	0%	2%	4%	2%	1%	4%	7%	2%	1%	3%	3%	2%
Aucun. N'a pas suivi	11%	14%	10%	13%	15%	8%	11%	12%	13%	10%	12%	8%	16%
Ne sait pas	2%	0%	2%	3%	2%	0%	3%	4%	2%	1%	3%	2%	0%

\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

# SOURCES D'INFORMATION DURANT LA CAMPAGNE -PAR VOTE

CTC791. Quelles sont les sources que vous avez le plus souvent utilisées pour vous tenir informé des annonces et des événements de la campagne électorale ? Veuillez choisir les 2 sources\* que vous avez personnellement utilisées le plus souvent pour vous tenir informé.

Base: Tous les répondants

							
	TOTAL CANADA	PLC	PCC	NPD	BQ	PPC	PVC
n pondéré =	1 537	391	404	213	92	60	28
n absolu =	1 537	429	333	245	114	57	28**
Journaux télévisés (CTV, TVA, CBC, Global, etc.)	55%	65%	64%	49%	71%	22%	27%
Sites Web d'information (sites Web des médias)	32%	37%	32%	33%	32%	26%	48%
Radio	18%	15%	20%	16%	30%	11%	27%
Flux de nouvelles des médias sociaux	17%	13%	21%	18%	6%	16%	28%
Conversations avec les amis et la famille	16%	14%	17%	18%	14%	18%	14%
Journaux nationaux (National Post, Globe and Mail, etc.)	9%	13%	10%	9%	2%	5%	7%
Journaux locaux/régionaux (Toronto Star, La Presse, Sun, etc.)	9%	11%	10%	8%	21%	7%	0%
Médias sociaux en général, Twitter, Instagram	9%	7%	7%	18%	8%	21%	5%
Directement des partis politiques (pamphlets, sites Web des partis, etc.)	5%	4%	5%	6%	2%	18%	7%
Groupes de discussion sur les médias sociaux	3%	2%	3%	2%	1%	13%	0%
Aucun. N'a pas suivi	11%	7%	4%	10%	5%	18%	19%
Ne sait pas	2%	2%	2%	2%	1%	4%	0%

\* Comme les répondants pouvaient donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100%

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



**Leger**

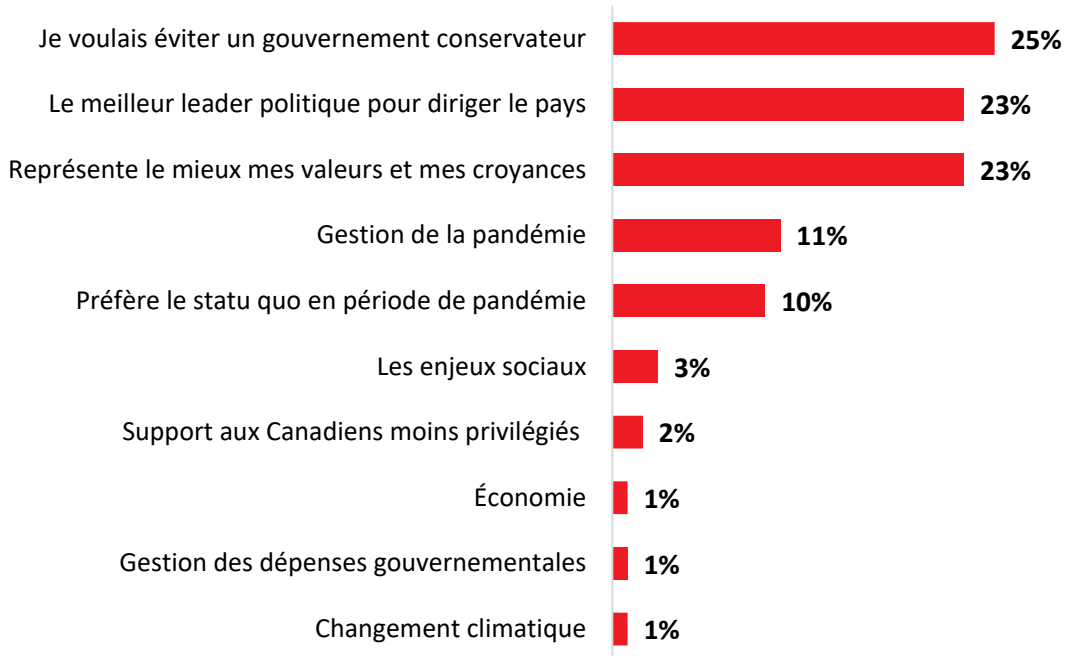
**MOTIVATIONS DERRIÈRE LE VOTE**



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE PARTI LIBÉRAL (1/2)

CTC789A. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté libéral ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Libéral (n=429)



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE PARTI LIBÉRAL (2/2)

CTC789A. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté libéral ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Libéral

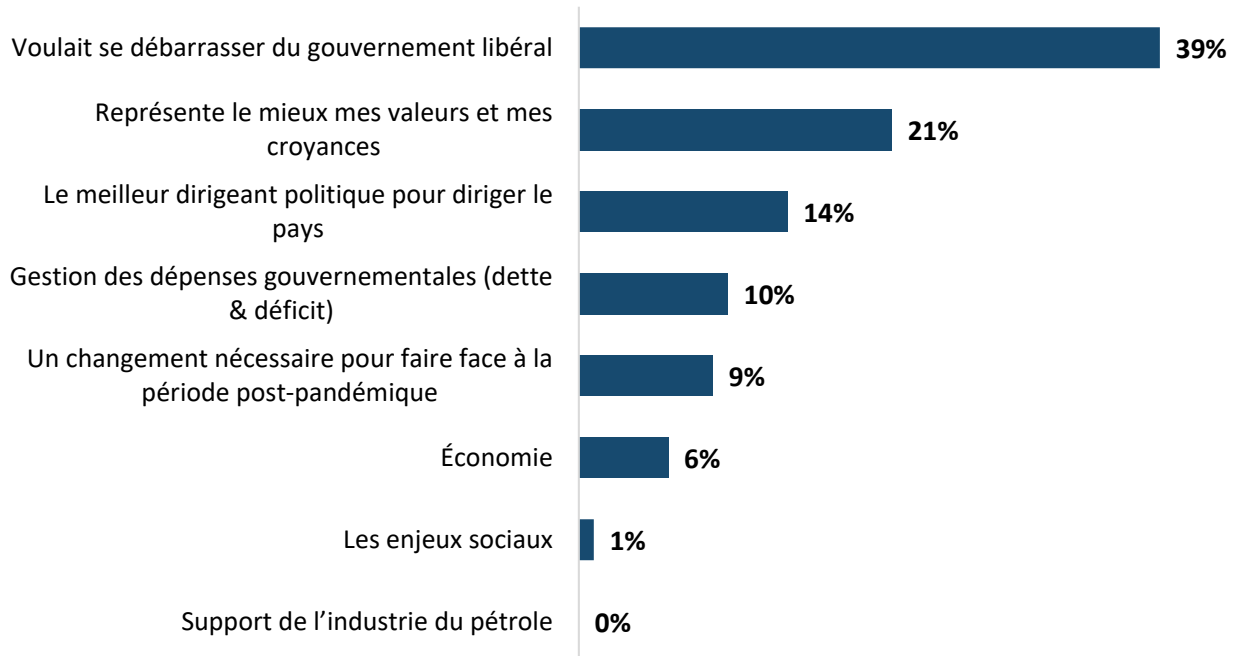
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	391	46	68	166	16	38	57	89	132	170	185	145	62
n absolu =	429	46	81	198	25*	33	46	96	171	162	200	169	60
Je voulais éviter un gouvernement conservateur	25%	12%	30%	25%	24%	27%	28%	27%	25%	24%	24%	30%	17%
Le meilleur leader politique pour diriger le pays	23%	46%	12%	23%	8%	24%	23%	21%	23%	25%	22%	22%	28%
Représente le mieux mes valeurs et mes croyances	23%	15%	23%	24%	18%	28%	28%	21%	23%	25%	26%	19%	26%
Gestion de la pandémie	11%	15%	10%	11%	18%	8%	13%	10%	9%	15%	12%	11%	11%
Préfère le statu quo en période de pandémie	10%	4%	19%	9%	19%	12%	3%	16%	11%	6%	11%	10%	6%
Les enjeux sociaux	3%	3%	3%	3%	0%	0%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	5%
Support aux Canadiens moins privilégiés	2%	2%	4%	1%	0%	0%	3%	0%	3%	1%	2%	2%	2%
Économie	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	0%
Gestion des dépenses gouvernementales	1%	0%	0%	1%	8%	0%	0%	2%	0%	1%	0%	1%	2%
Changement climatique	1%	1%	0%	2%	6%	2%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	4%

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

# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (1/2)

CTC789B. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté conservateur ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Conservateur (n=333)



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE PARTI CONSERVATEUR (2/2)

CTC789B. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté conservateur ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Conservateur

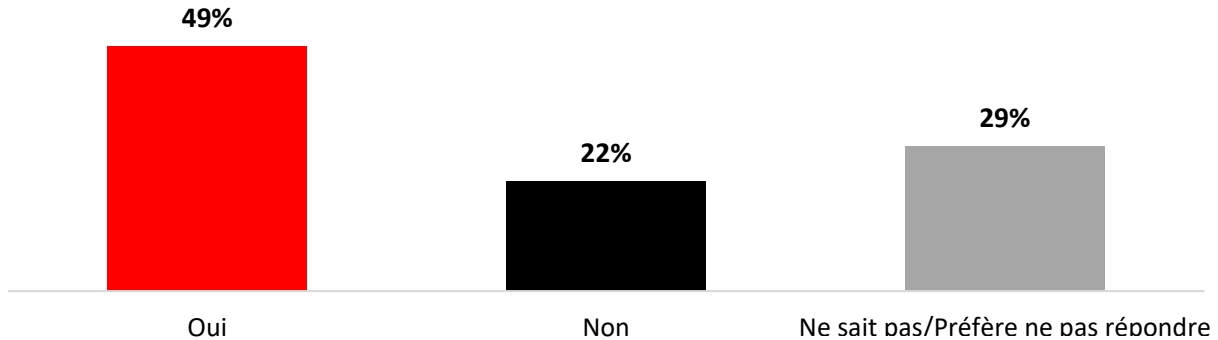
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	404	19	59	160	41	69	56	75	120	208	136	160	108
n absolu =	333	14*	57	145	44	40	33	66	112	155	120	131	82
Voulait se débarrasser du gouvernement libéral	39%	77%	40%	35%	38%	40%	35%	27%	35%	46%	30%	44%	42%
Représente le mieux mes valeurs et mes croyances	21%	3%	18%	20%	24%	24%	29%	23%	26%	18%	24%	15%	28%
Le meilleur dirigeant politique pour diriger le pays	14%	13%	7%	16%	16%	17%	10%	20%	12%	13%	13%	17%	11%
Gestion des dépenses gouvernementales (dette & déficit)	10%	0%	11%	10%	6%	10%	15%	10%	11%	9%	15%	5%	11%
Un changement nécessaire pour faire face à la période post-pandémique	9%	0%	11%	10%	14%	4%	9%	11%	10%	8%	13%	8%	4%
Économie	6%	7%	5%	8%	2%	5%	2%	6%	6%	6%	4%	9%	2%
Les enjeux sociaux	1%	0%	6%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	1%	1%	1%	1%
Support de l'industrie du pétrole	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	1%

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

# ERIN O'TOOLE COMME CHEF DU PCC

CTC800. Voulez-vous qu'Erin O'Toole reste à la tête du parti Conservateur ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Conservateur (n=333)



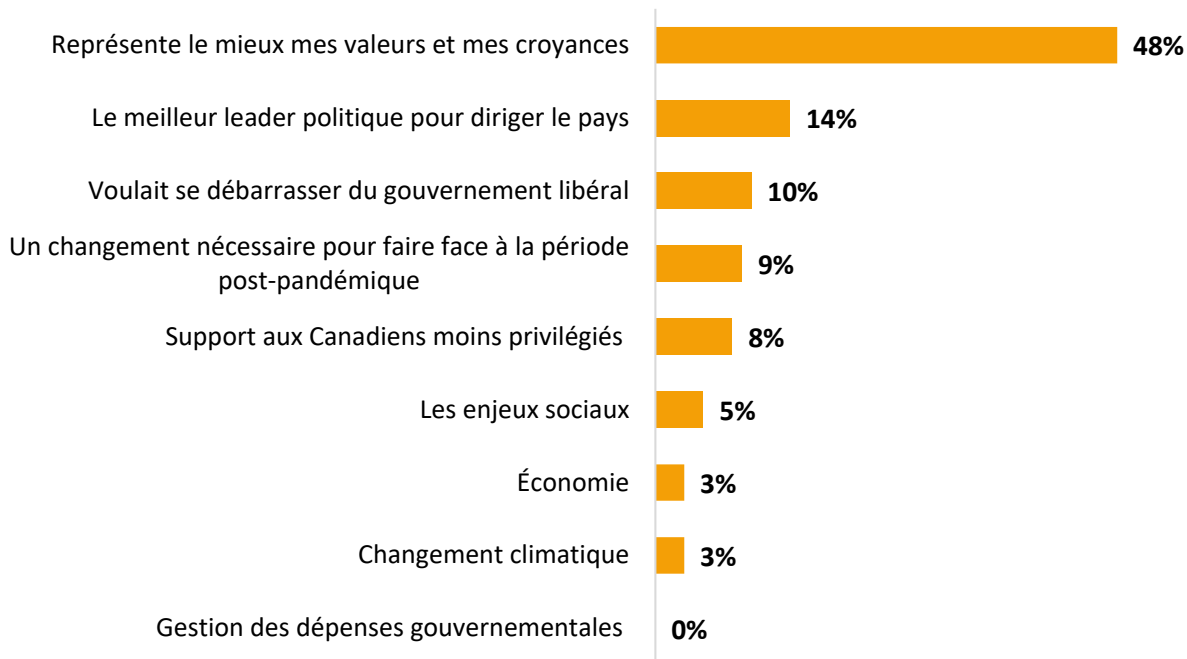
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	404	19	59	160	41	69	56	75	120	208	136	160	108
n absolu =	333	14*	57	145	44	40	33	66	112	155	120	131	82
Oui	49%	45%	36%	57%	55%	44%	42%	50%	47%	49%	41%	50%	57%
Non	22%	24%	28%	20%	21%	20%	22%	24%	23%	20%	27%	20%	17%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	29%	31%	36%	23%	24%	35%	37%	26%	30%	30%	31%	30%	26%

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

# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE NPD (1/2)

CTC789C. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté pour le NPD ?

Base: Répondants qui ont voté pour le NDP (n=245)



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE NPD (2/2)

CTC789C. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté pour le NPD ?

Base: Répondants qui ont voté pour le NDP

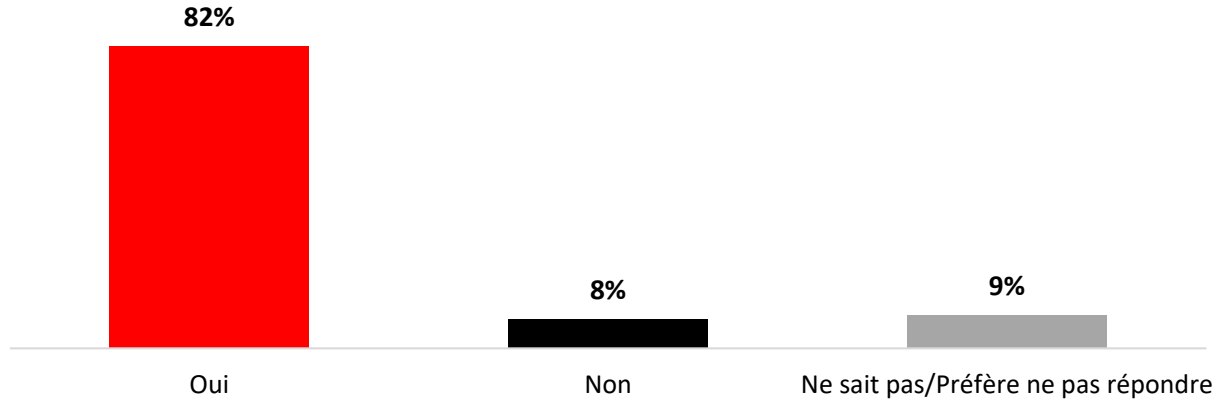
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	213	12	35	89	13	24	40	98	65	50	106	75	29
n absolu =	245	16*	47	101	20*	24*	37	102	87	56	123	80	38
Représente le mieux mes valeurs et mes croyances	48%	27%	61%	44%	67%	52%	45%	53%	49%	38%	49%	46%	49%
Le meilleur leader politique pour diriger le pays	14%	9%	2%	12%	0%	45%	15%	15%	10%	15%	15%	10%	19%
Voulait se débarrasser du gouvernement libéral	10%	11%	9%	12%	8%	0%	13%	4%	10%	22%	9%	11%	11%
Un changement nécessaire pour faire face à la période post-pandémique	9%	22%	3%	13%	0%	0%	8%	11%	10%	2%	7%	13%	3%
Support aux Canadiens moins privilégiés	8%	21%	5%	11%	19%	4%	0%	8%	7%	10%	7%	12%	5%
Les enjeux sociaux	5%	0%	7%	4%	6%	0%	9%	1%	6%	10%	8%	3%	0%
Économie	3%	0%	3%	3%	0%	0%	6%	2%	4%	2%	1%	5%	4%
Changement climatique	3%	3%	10%	2%	0%	0%	4%	4%	3%	2%	4%	1%	5%
Gestion des dépenses gouvernementales	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	3%

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

# JAGMEET SINGH COMME CHEF DU NPD

CTC801. Voulez-vous que Jagmeet Singh reste à la tête du parti NPD ?

Base: Répondants qui ont voté pour le parti Conservateur (n=245)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	213	12	35	89	13	24	40	98	65	50	106	75	29
n absolu =	245	16*	47	101	20*	24*	37	102	87	56	123	80	38
Oui	82%	100%	72%	81%	83%	84%	88%	83%	82%	81%	78%	88%	85%
Non	8%	0%	7%	11%	5%	11%	6%	7%	9%	11%	9%	9%	6%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	9%	0%	21%	9%	12%	5%	5%	10%	10%	8%	13%	4%	9%

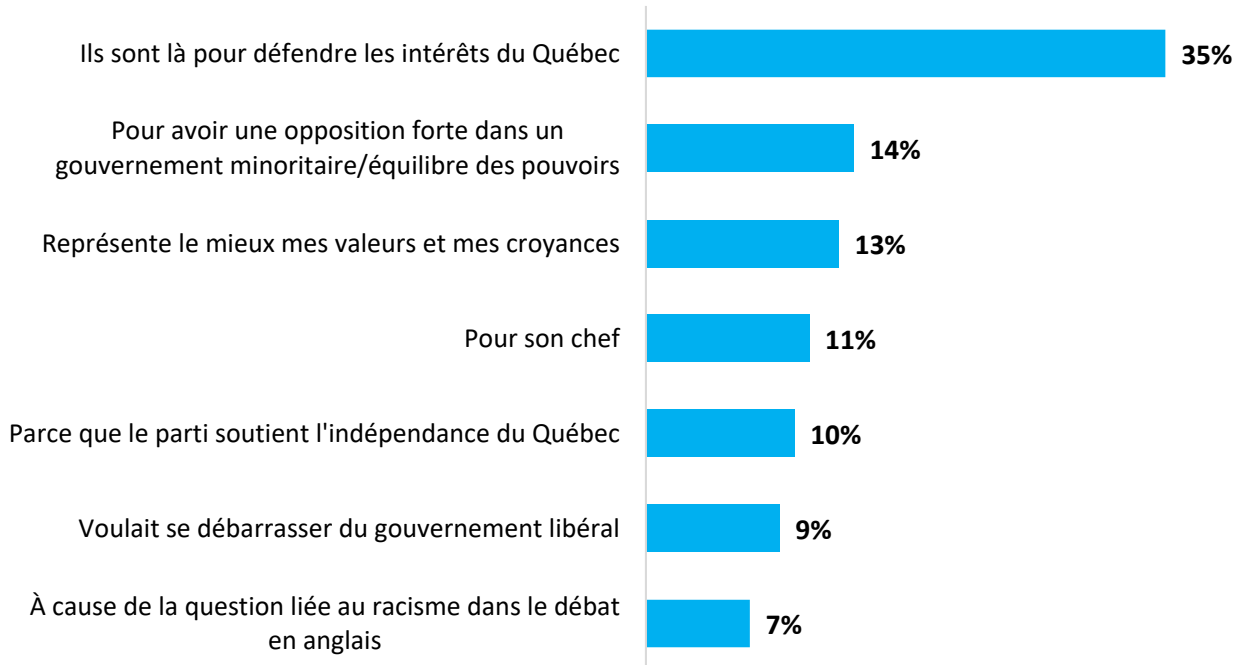
\*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE BLOC QUÉBÉCOIS (1/2)

CTC789D. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté pour le Bloc Québécois ?

Base: Répondants qui ont voté pour le Bloc Québécois (n=114)



# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE BLOC QUÉBÉCOIS (2/2)

CTC789D. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté pour le Bloc Québécois ?

Base: Répondants qui ont voté pour le Bloc Québécois

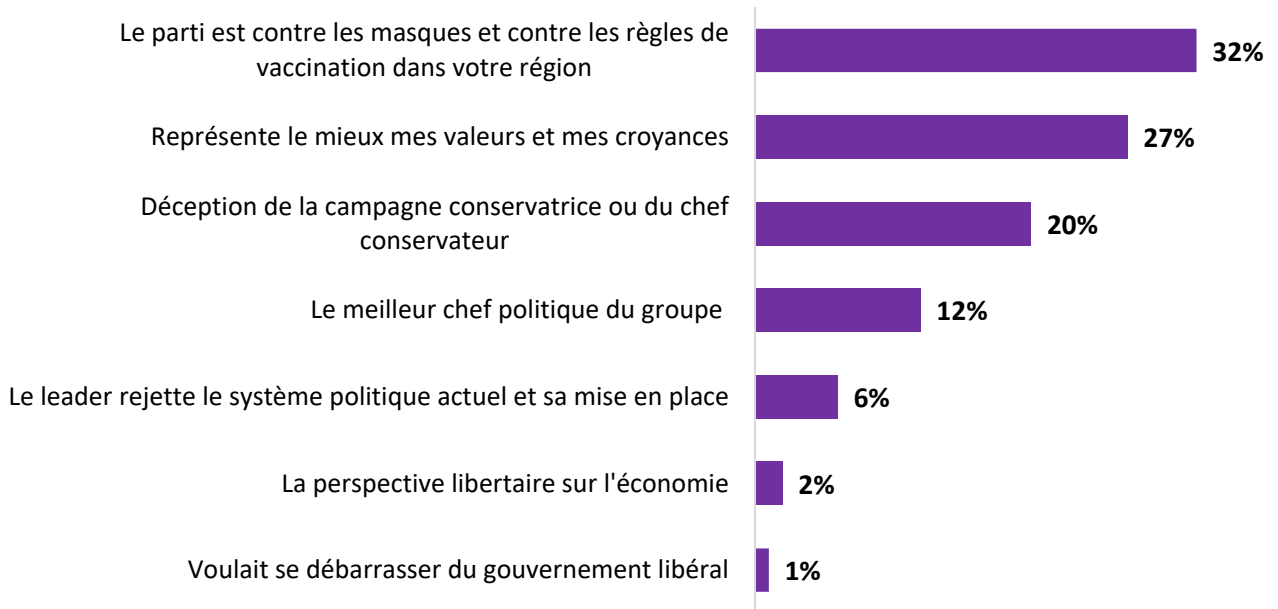
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	92	-	92	-	-	-	-	21	35	36	33	39	19
n absolu =	114	-	114	-	-	-	-	24*	48	42	41	48	24*
Ils sont là pour défendre les intérêts du Québec	35%	-	35%	-	-	-	-	18%	40%	41%	32%	45%	18%
Pour avoir une opposition forte dans un gouvernement minoritaire/équilibre des pouvoirs	14%	-	14%	-	-	-	-	21%	16%	9%	10%	17%	16%
Représente le mieux mes valeurs et mes croyances	13%	-	13%	-	-	-	-	27%	13%	4%	23%	3%	15%
Pour son chef	11%	-	11%	-	-	-	-	13%	11%	10%	6%	14%	14%
Parce que le parti soutient l'indépendance du Québec	10%	-	10%	-	-	-	-	6%	4%	20%	9%	11%	12%
Voulait se débarrasser du gouvernement libéral	9%	-	9%	-	-	-	-	11%	7%	11%	16%	4%	11%
À cause de la question liée au racisme dans le débat en anglais	7%	-	7%	-	-	-	-	4%	10%	5%	4%	6%	14%

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

# RAISON PRINCIPALE DE VOTER POUR LE PPC

CTC789E. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez voté pour le Parti populaire du Canada ?






Base: Répondants qui ont voté pour le party populaire du Canada (n=57)\*



\* En raison de la petite taille de l'échantillon, les résultats détaillés ne sont pas présentés.

# 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	160	208
Alberta	129	172
Manitoba/ Saskatchewan	125	100
Ontario	612	590
Québec	409	361
Atlantique	102	105

## 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	866	747
Femme	671	790

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	410	419
Entre 35 et 55 ans	602	524
55 ans et plus	525	594

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	963	1,017
Français	354	320
Autre	217	196

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,2658 et un facteur maximum de pondération de 4,6749. La variance de la pondération est de 0,5475.

## 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*

