

TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Leger

Le 28 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 **1 542 Canadiens et 1 001 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 18 juin 2021 et le 20 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 $\pm 2,49\%$, 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



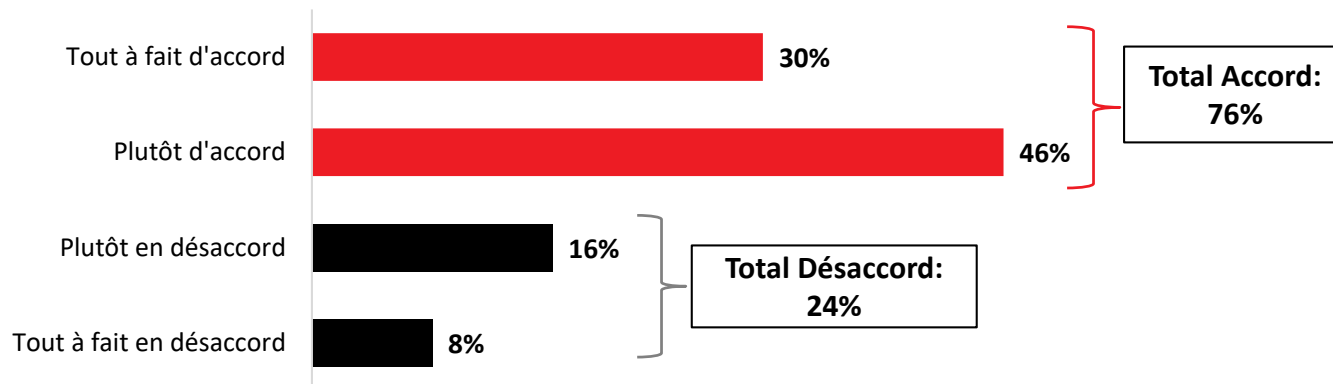
CAMPAGNE DE VACCINATION

RESPONSABILITÉ DES PAYS RICHES DANS LA CAMPAGNE DE VACCINATION



CTC690. Êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'affirmation suivante : "Il est de la responsabilité des pays plus riches comme le Canada de payer pour envoyer des doses de vaccins contre la COVID-19 afin d'aider les pays en développement du monde entier à lutter contre la pandémie" ?

Base: Tous les répondants (n=1 542)



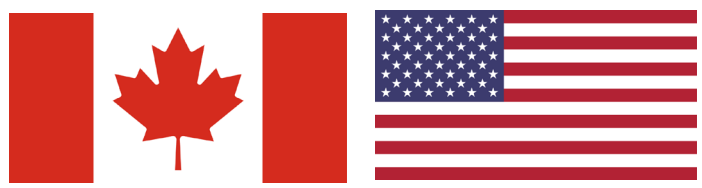
	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 542	105	362	592	101	173	209	421	526	596	646	583	291
n absolu =	1 542	100	412	604	125	137	164	425	590	527	687	577	263
Total Accord	76%	77%	83%	75%	65%	68%	82%	76%	69%	83%	80%	77%	67%
Tout à fait d'accord	30%	22%	34%	29%	26%	27%	35%	29%	22%	37%	35%	26%	26%
Plutôt d'accord	46%	55%	49%	46%	39%	41%	47%	47%	47%	46%	45%	51%	41%
Total Désaccord	24%	23%	17%	25%	35%	32%	18%	24%	31%	17%	20%	23%	33%
Plutôt en désaccord	16%	19%	12%	16%	20%	24%	11%	16%	19%	12%	13%	15%	22%
Tout à fait en désaccord	8%	4%	5%	10%	15%	8%	7%	9%	12%	4%	7%	8%	11%

RESPONSABILITÉ DES PAYS RICHES DANS LA CAMPAGNE DE VACCINATION (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



CTC690. Êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'affirmation suivante : "Il est de la responsabilité des pays plus riches comme le Canada/les États-Unis de payer pour envoyer des doses de vaccins contre la COVID-19 afin d'aider les pays en développement du monde entier à lutter contre la pandémie" ?

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 542	1 001	
n absolu =	1 542	1 001	
Total Accord	76%	64%	12
Tout à fait d'accord	30%	29%	1
Plutôt d'accord	46%	35%	11
Total Désaccord	24%	36%	12
Plutôt en désaccord	16%	18%	2
Tout à fait en désaccord	8%	18%	10

STRATÉGIE DE DONS DE VACCINS



CTC691. Certains pays, comme le Canada, ont annoncé qu'ils allaient acheter et envoyer des doses de vaccins COVID-19 aux pays en développement. Quelle affirmation représente le mieux votre opinion sur ce que devrait être notre stratégie :

Base: Tous les répondants (n=1 542)



Acheter et envoyer des doses aux pays en développement dès que possible Attendre que notre campagne de vaccination soit entièrement terminée avant d'envoyer des doses de vaccins à d'autres pays

	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural
n pondéré =	1 542	105	362	592	101	173	209	421	526	596	646	583	291
n absolu =	1 542	100	412	604	125	137	164	425	590	527	687	577	263
Acheter et envoyer des doses aux pays en développement dès que possible	40%	39%	48%	38%	36%	34%	42%	40%	35%	46%	45%	38%	35%
Attendre que notre campagne de vaccination soit entièrement terminée avant d'envoyer des doses de vaccins à d'autres pays	60%	61%	52%	62%	64%	66%	58%	60%	65%	54%	55%	62%	65%

STRATÉGIE DE DONS DE VACCINS (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



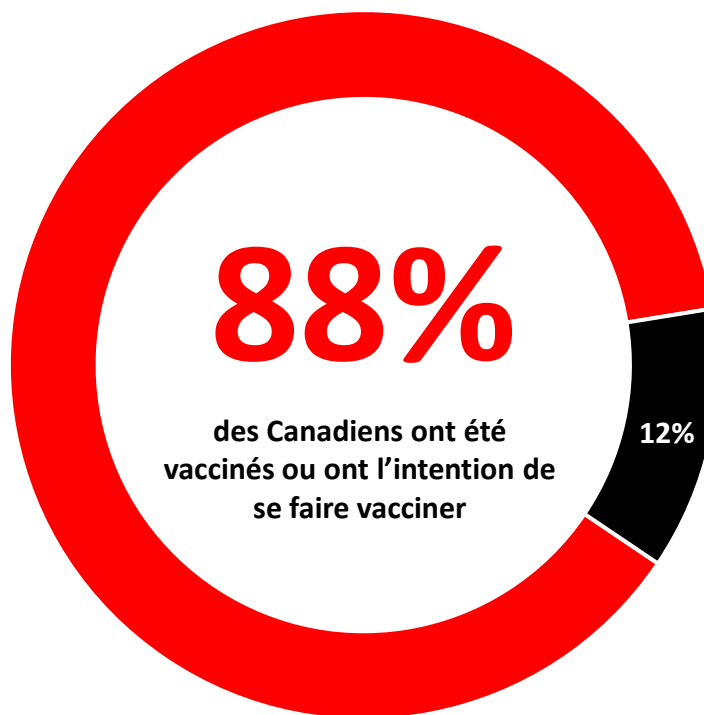
CTC691. Certains pays, comme le Canada/**les États-Unis**, ont annoncé qu'ils allaient acheter et envoyer des doses de vaccins COVID-19 aux pays en développement. Quelle affirmation représente le mieux votre opinion sur ce que devrait être notre stratégie :

Base: Tous les répondants



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 542	1 001	
n absolu =	1 542	1 001	
Acheter et envoyer des doses aux pays en développement dès que possible	40%	48%	8
Attendre que notre campagne de vaccination soit entièrement terminée avant d'envoyer des doses de vaccins à d'autres pays	60%	52%	8

INDICE DE VACCINATION*



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 7 juin	Gap
n pondéré =	1 542	105	362	592	101	173	209	421	526	596	646	583	291	1 539	
n absolu =	1 542	100	412	604	125	137	164	425	590	527	687	577	263	1 539	
Canadiens qui ont été vaccinés ou ont l'intention de se faire vacciner	88%	89%	94%	88%	82%	84%	88%	87%	86%	92%	89%	91%	84%	86%	+2
Canadiens qui n'ont pas l'intention de se faire vacciner	12%	11%	6%	12%	18%	16%	12%	13%	14%	8%	11%	9%	16%	14%	-2

* 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 ?*

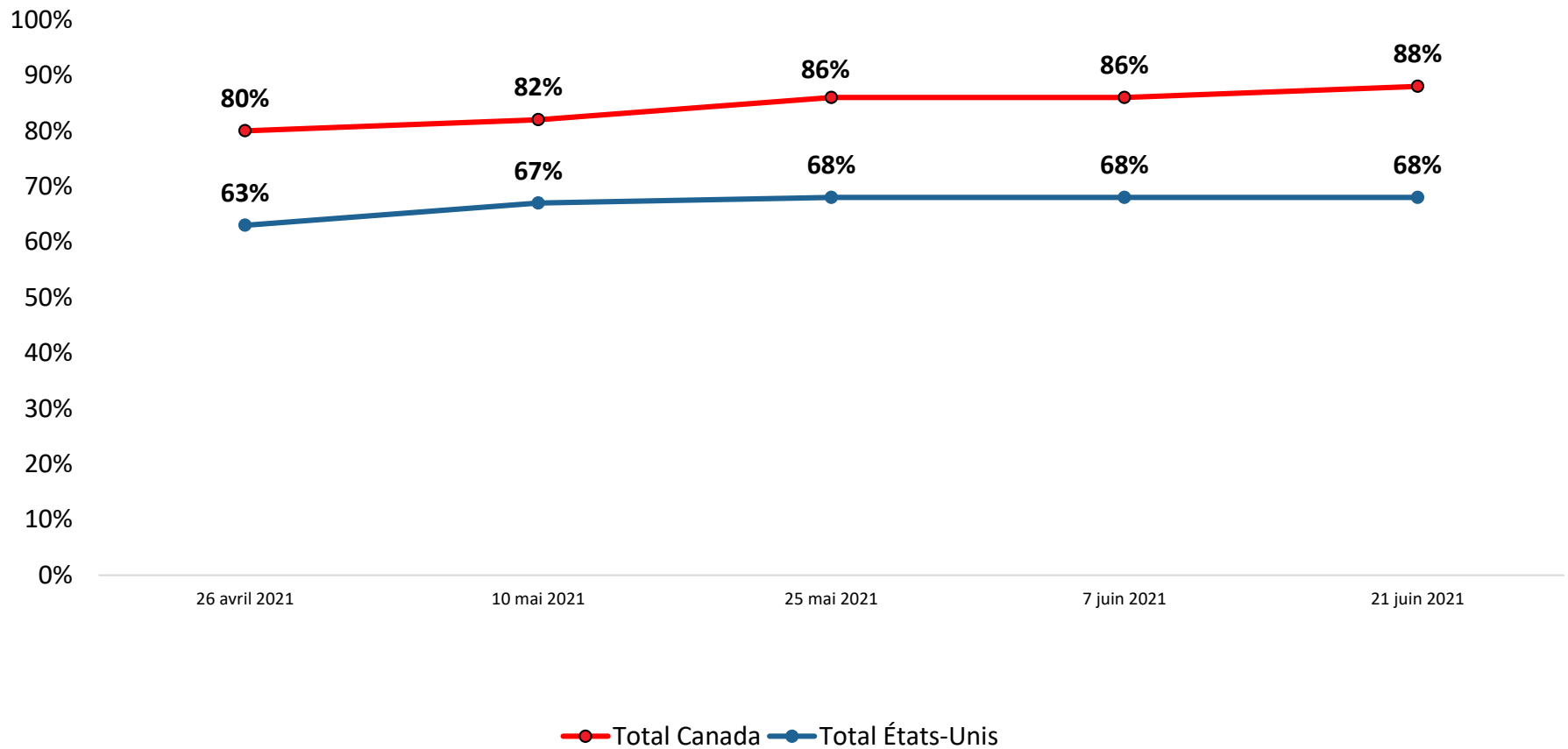
INDICE DE VACCINATION* (CANADA VS ÉTATS-UNIS)



	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 542	1 001	
n absolu =	1 542	1 001	
Canadiens/ Américains ont été vaccinés ou ont l'intention de se faire vacciner	88%	68%	20
Canadiens/ Américains qui n'ont pas l'intention de se faire vacciner	12%	32%	20

* 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 ?*

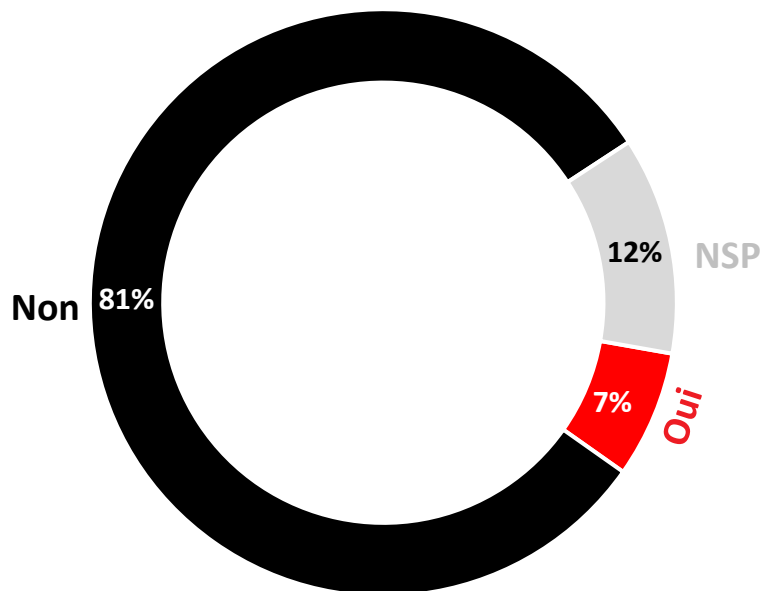
INDICE DE VACCINATION* - ÉVOLUTION



* 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 ?*

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

Base: Tous les répondants (n=1 542)



	TOTAL CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL 7 juin	Écart
n pondéré =	1 542	105	362	592	101	173	209	421	526	596	646	583	291	1 539	
n absolu =	1 542	100	412	604	125	137	164	425	590	527	687	577	263	1 539	
Oui	7%	9%	6%	8%	11%	2%	9%	9%	9%	4%	8%	5%	9%	7%	-
Non	81%	75%	85%	80%	69%	82%	83%	79%	75%	87%	78%	85%	78%	82%	-1
Ne sait pas	12%	16%	9%	12%	20%	16%	8%	11%	16%	9%	14%	9%	13%	11%	+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



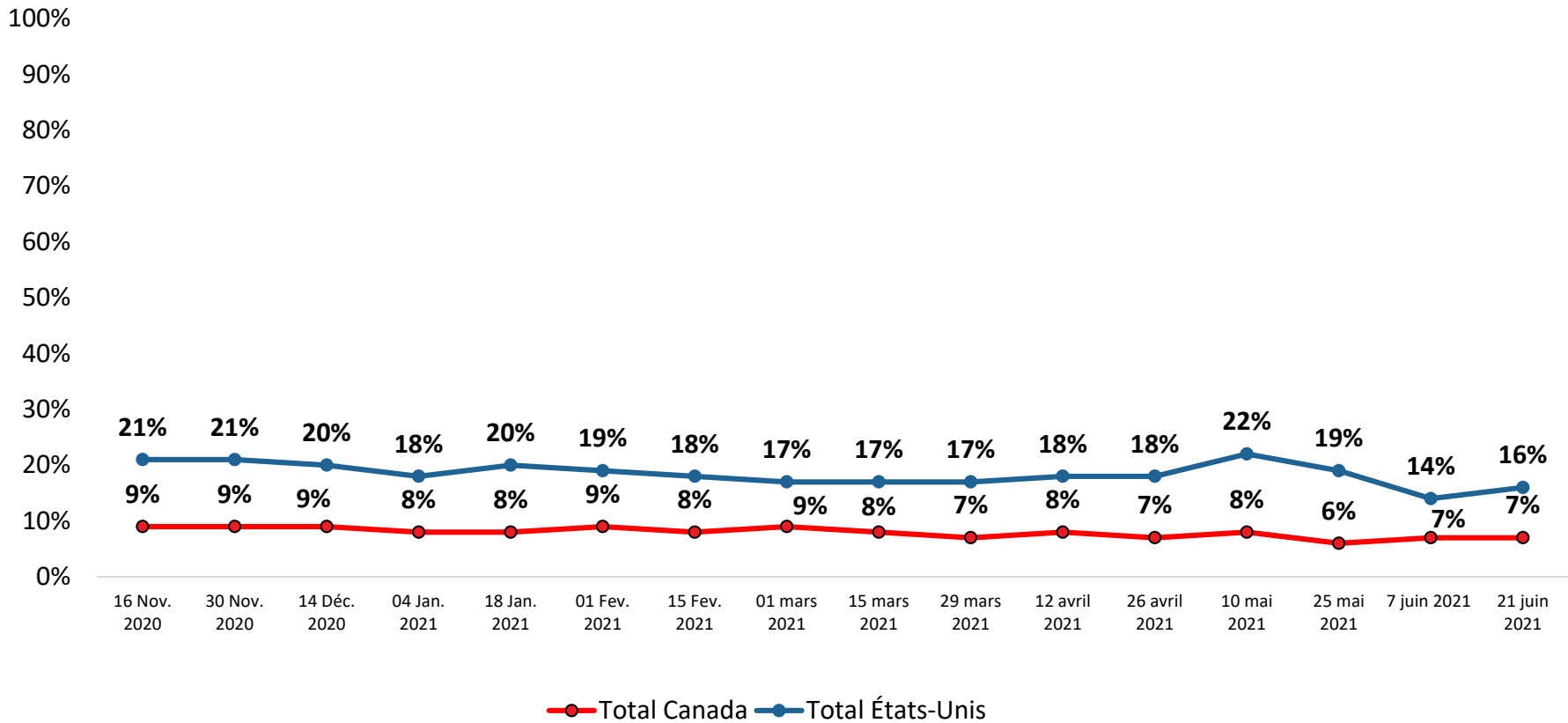
	TOTAL CANADA	TOTAL ÉTATS-UNIS	Écart
n pondéré =	1 542	1 001	
n absolu =	1 542	1 001	
Oui	7%	16%	9
Non	81%	69%	12
Ne sait pas	12%	15%	3

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



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	164	209
Alberta	137	173
Manitoba/ Saskatchewan	125	101
Ontario	604	592
Québec	412	362
Atlantique	100	105

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

Province	Non pondéré	Pondéré
Nord-Est	192	179
MidWest	231	217
Sud	324	371
Ouest	254	233

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	840	749
Femme	702	793

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 34 ans	425	421
Entre 35 et 55 ans	590	526
55 ans et plus	527	596

LANGUE (LANGUE MATERNELLE)	Non pondéré	Pondéré
Anglais	983	1,044
Français	366	321
Autre	192	176

L'échantillon ainsi recueilli a un facteur minimum de pondération de 0,2209 et un facteur maximum de pondération de 3,3419. La variance de la pondération est de 0.2819.

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	488	485
Femme	513	516

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
Entre 18 et 29 ans	107	172
Entre 30 et 39 ans	200	221
Entre 40 et 49 ans	202	186
Entre 50 et 64 ans	282	250
65 ans et plus	210	172

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