



TRACKER NORD-AMÉRICAIN

Le 5er

ÉDITION DU

25 Juin 2024

LA PRESSE CANADIENNE

Méthodologie



Méthode

Sondage en ligne auprès des répondants âgés de 18 ans ou plus. (Échantillon canadien: n= 1 607/ Échantillon américain: n= 1 003).

Les répondants avaient la possibilité de répondre au sondage en anglais ou en français et ont été recrutés de manière aléatoire à partir du panel en ligne de LEO.



Collecte

22 au 24 juin 2024



Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus $\pm 2.45\%$, (19 fois sur 20) pour l'échantillon canadien et de $\pm 3.01\%$, (19 fois sur 20) pour l'échantillon américain.



Pondération

Les résultats ont été pondérés selon l'**âge, le genre, la langue maternelle, la région, la scolarité et la présence d'enfant dans le foyer** afin de garantir un échantillon représentatif de la population canadienne et selon l'**âge, le genre, la région, la scolarité, l'ethnicité et le nombre de personnes dans le foyer** afin de garantir un échantillon représentatif de la population américaine.

Méthodologie



Différences significatives

Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence statistiquement **supérieure** par rapport au complément.



Données arrondies

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.



Questions

Si vous avez des questions relatives aux données présentées dans ce rapport, veuillez contacter Andrew Enns, Vice-président exécutif à l'adresse courriel suivante: aenns@leger360.com

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe

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 (Nw-York)

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%

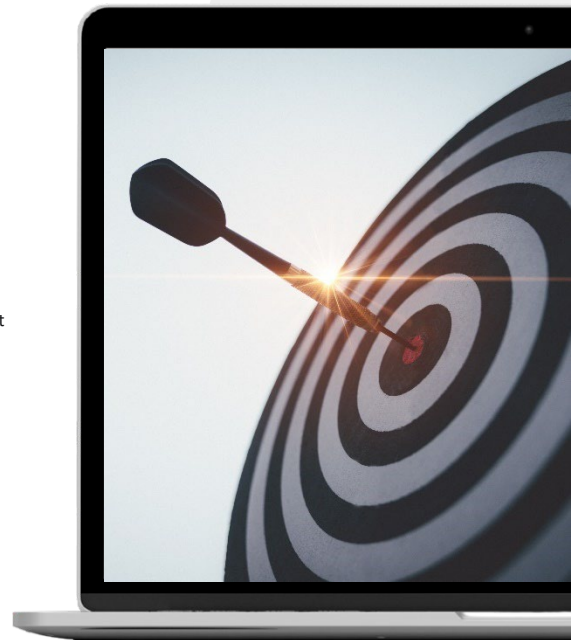
2.3%

Faits saillants

Chaque mois, nous menons une enquête auprès des Canadiens et des Américains pour connaître leur point de vue sur l'économie, les finances et la politique. Ce mois-ci, notre enquête a été menée entre le 22 et le 24 juin 2024.

Parmi les principaux faits saillants de notre sondage sur l'économie...

- 61% des Canadiens jugent les finances de leur ménage comme étant bonnes, alors que 57% des Américains pensent de même pour leurs finances. Les données canadiennes sont stables, tandis qu'on note une augmentation de trois points pour les États-Unis.
- Six Canadiens sur dix (60%) et 57% d'Américains croient que leur pays respectif est en récession. Ces données sont stables comparativement à mai 2024.
- Près de la moitié des Canadiens (47%) disent vivre de paie en paie, tandis que 56 % des Américains disent la même chose.
- Près de quatre Canadiens à l'emploi sur dix (39%) sont préoccupés par le fait de perdre leur emploi dans les douze prochains mois, tandis que 40% des Américains à l'emploi ont la même préoccupation. Le Canada connaît une augmentation de 4 points tandis que les États-Unis connaissent une diminution de 7 points pour cette mesure comparativement à mai 2024.



RAPPORT

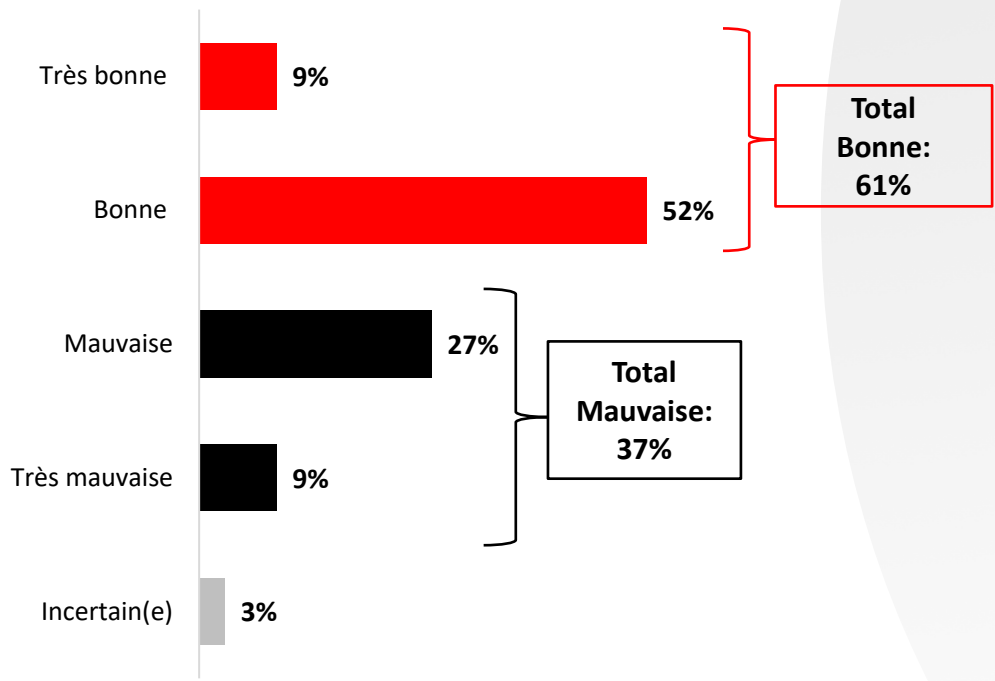
État de l'économie



État des finances du ménage (1/3)

Q3. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants (n=1 607)



État des finances du ménage (2/3)

Q3. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?



Base: Tous les répondants

	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Mai 2024	Écart
n pondéré =	1 607	108	371	622	103	179	223	784	823	428	517	662	681	615	295	1 620	
n absolu =	1 607	106	427	631	133	139	171	823	784	443	466	698	702	605	286	1 620	
Total Bonne	61%	62%	69%	58%	59%	55%	58%	63%	59%	53%	55%	70%	59%	64%	61%	61%	-
Très bonne	9%	14%	10%	8%	6%	5%	8%	12%	6%	7%	6%	11%	8%	9%	10%	9%	-
Bonne	52%	48%	59%	50%	52%	50%	50%	51%	53%	46%	49%	58%	51%	55%	51%	52%	-
Total Mauvaise	37%	38%	29%	37%	39%	44%	40%	35%	38%	42%	43%	28%	37%	35%	38%	37%	-
Mauvaise	27%	30%	24%	28%	25%	29%	29%	27%	28%	32%	29%	23%	28%	24%	32%	28%	-1
Très mauvaise	9%	8%	5%	9%	14%	15%	11%	9%	10%	11%	13%	5%	9%	11%	6%	9%	-
Incertain(e)	3%	0%	1%	4%	3%	2%	2%	2%	3%	4%	2%	2%	4%	1%	1%	2%	+1

État des finances du ménage (3/3)

Q3. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants

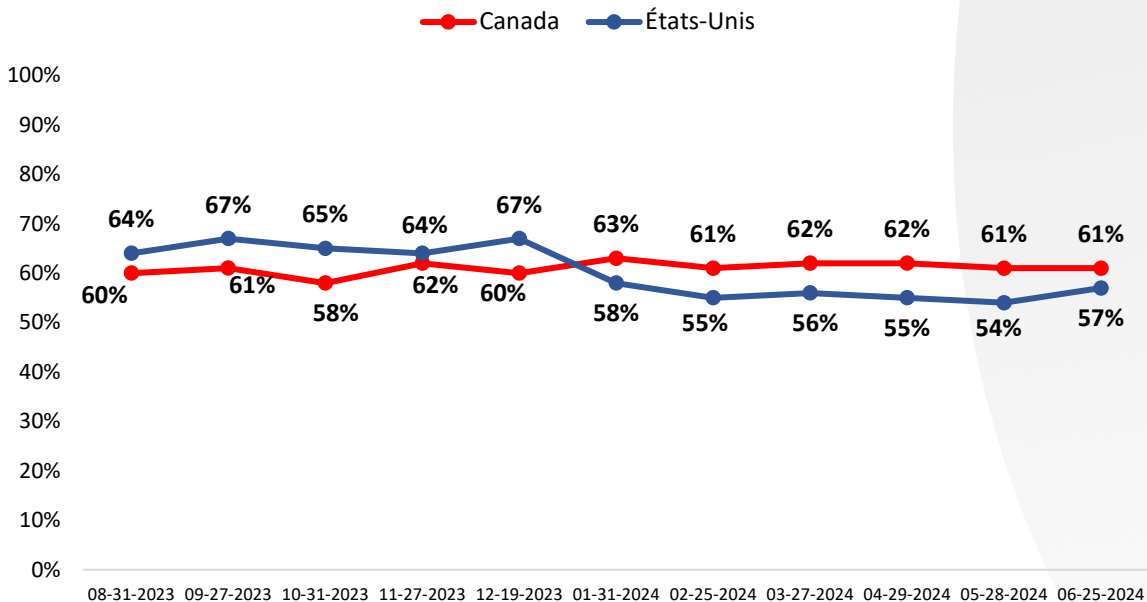
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 607	1 003	
n absolu =	1 607	1 003	
Total Bonne	61%	57%	4
Très bonne	9%	12%	3
Bonne	52%	45%	7
Total Mauvaise	37%	39%	2
Mauvaise	27%	26%	1
Très mauvaise	9%	13%	4
Incertain(e)	3%	4%	1

État des finances du ménage - Évolution

Q3. Comment décririez-vous la situation financière de votre ménage aujourd'hui?

Base: Tous les répondants

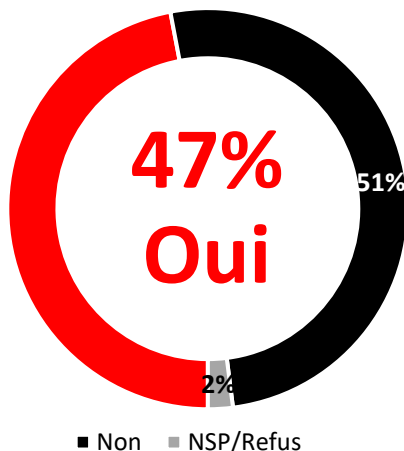
% Total Bonne Présenté



Vivre de paie en paie (1/2)

Q4. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants (n=1 607)





	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Mai 2024	Écart
n pondéré =	1 607	108	371	622	103	179	223	784	823	428	517	662	681	615	295	1 620	
n absolu =	1 607	106	427	631	133	139	171	823	784	443	466	698	702	605	286	1 620	
Oui	47%	54%	42%	45%	51%	55%	49%	42%	52%	49%	59%	36%	48%	45%	49%	46%	+1
Non	51%	46%	57%	51%	44%	45%	51%	56%	46%	46%	40%	63%	50%	53%	50%	51%	-
NSP/Refus	2%	1%	1%	4%	5%	1%	0%	2%	2%	5%	1%	1%	2%	2%	1%	3%	-1

Vivre de paie en paie (2/2)

Q4. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants

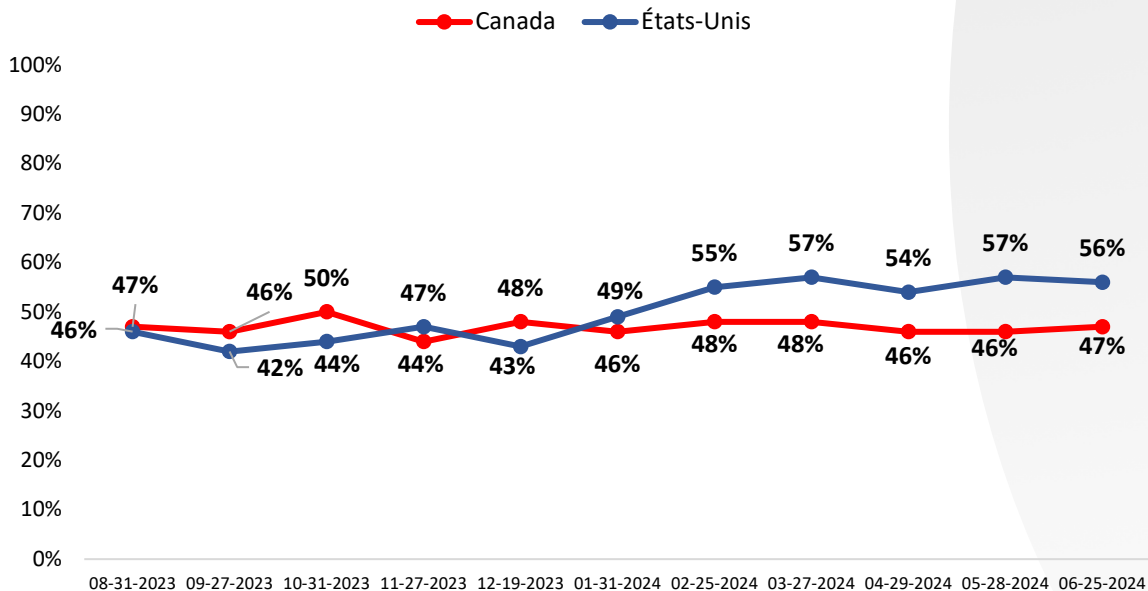
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 607	1 003	
n absolu =	1 607	1 003	
Oui	47%	56%	9
Non	51%	37%	14
NSP/Refus	2%	7%	5

Vivre de paie en paie - *Évolution*

Q4. Vivez-vous actuellement de paie en paie?

Base: Tous les répondants

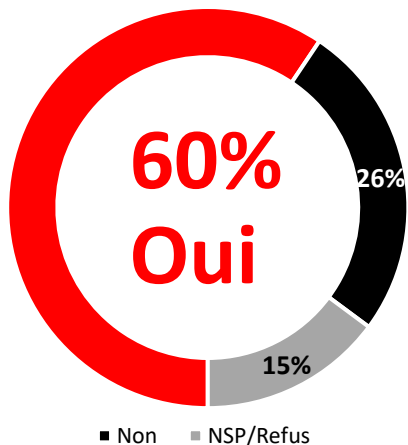
% Oui Présenté



Récession économique au pays (1/2)

Q5. Croyez-vous que le Canada est actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants (n=1 607)





	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Mai 2024	Écart
n pondéré =	1 607	108	371	622	103	179	223	784	823	428	517	662	681	615	295	1 620	
n absolu =	1 607	106	427	631	133	139	171	823	784	443	466	698	702	605	286	1 620	
Oui	60%	62%	54%	59%	68%	66%	59%	59%	61%	66%	68%	49%	60%	59%	61%	58%	+2
Non	26%	24%	30%	26%	20%	22%	24%	31%	21%	20%	19%	34%	24%	27%	26%	26%	-
NSP/Refus	15%	14%	16%	15%	12%	12%	17%	11%	19%	14%	13%	17%	16%	14%	13%	16%	-1

Récession économique au pays (2/2)

Q5. Croyez-vous que le Canada/les États-Unis est/sont actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants

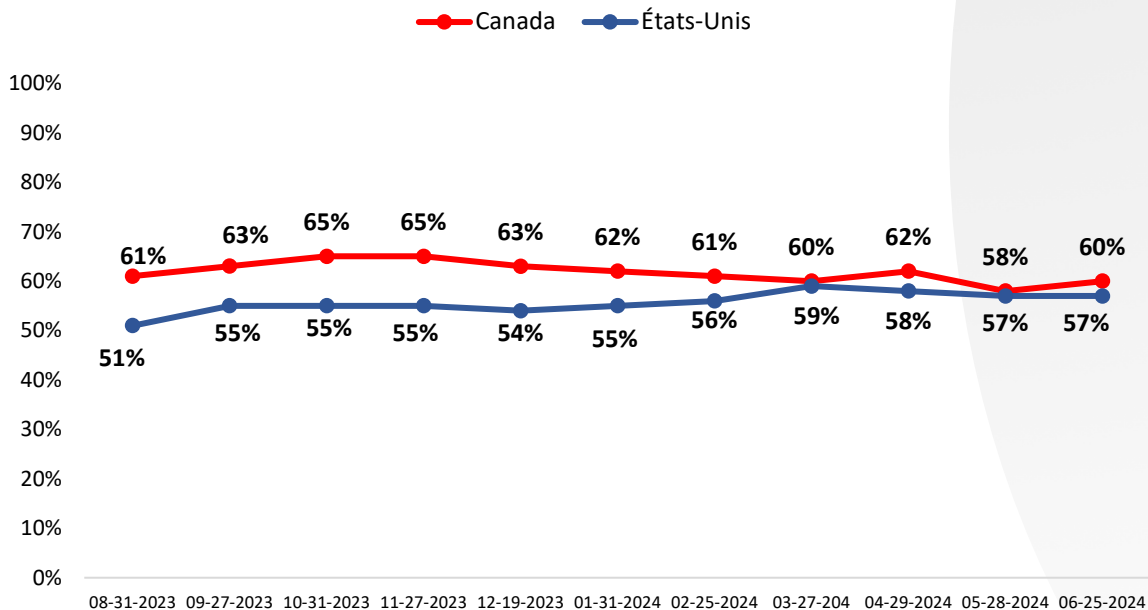
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	1 607	1 003	
n absolu =	1 607	1 003	
Oui	60%	57%	3
Non	26%	30%	4
NSP/Refus	15%	14%	1

Récession économique au pays - Évolution

Q5. Croyez-vous que le Canada/les États-Unis est/sont actuellement en récession économique?

Base: Tous les répondants

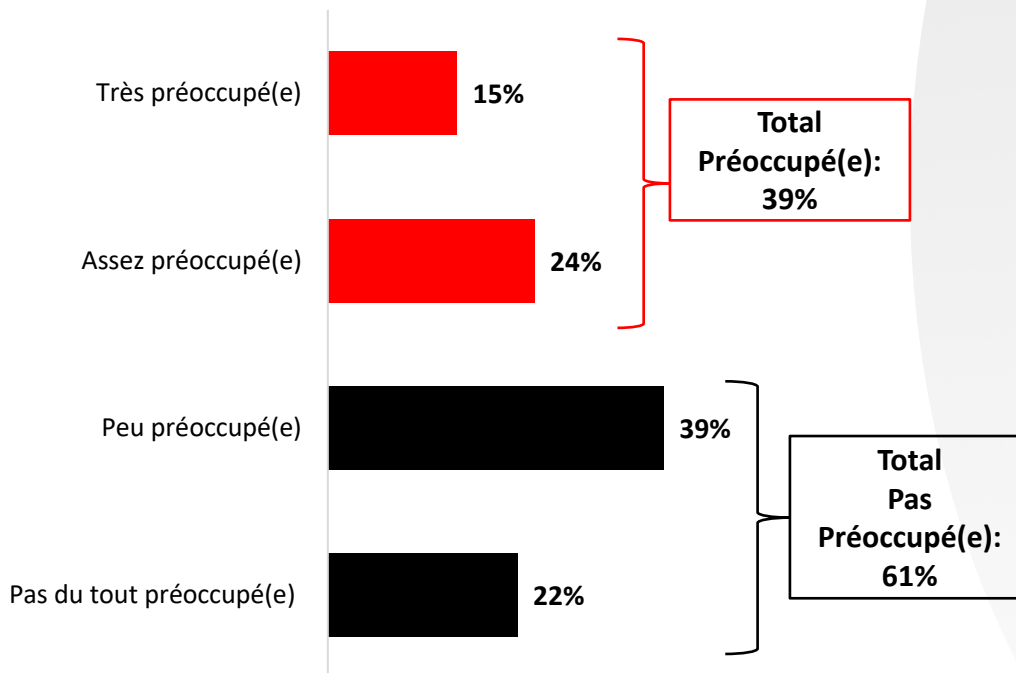
% Oui Présenté



Crainte de perdre son emploi (1/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi (n=864)



Crainte de perdre son emploi (2/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?



Base: Répondants qui ont présentement un emploi

	TOTAL Canada	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	CB	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Milieu Urbain	Banlieue	Milieu Rural	TOTAL Mai 2024	Écart
n pondéré =	852	49	187	338	50	98	129	433	419	298	401	153	387	330	125	849	
n absolu =	864	44	239	349	70	68	94	478	386	333	373	158	412	324	120	853	
Total Préoccupé(e)	39%	34%	28%	43%	40%	44%	42%	43%	35%	46%	39%	24%	42%	35%	35%	35%	+4
Très préoccupé(e)	15%	15%	8%	15%	17%	16%	25%	15%	15%	18%	17%	7%	15%	17%	9%	12%	+3
Assez préoccupé(e)	24%	18%	20%	28%	24%	28%	17%	28%	19%	28%	23%	17%	27%	18%	26%	24%	-
Total Pas Préoccupé(e)	61%	66%	72%	57%	60%	56%	58%	57%	65%	54%	61%	76%	58%	65%	65%	65%	-4
Peu préoccupé(e)	39%	35%	38%	37%	41%	47%	40%	38%	40%	35%	40%	45%	39%	39%	42%	38%	+1
Pas du tout préoccupé(e)	22%	31%	34%	21%	19%	9%	17%	19%	25%	19%	21%	32%	19%	26%	23%	26%	-4

Crainte de perdre son emploi (3/3)

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi

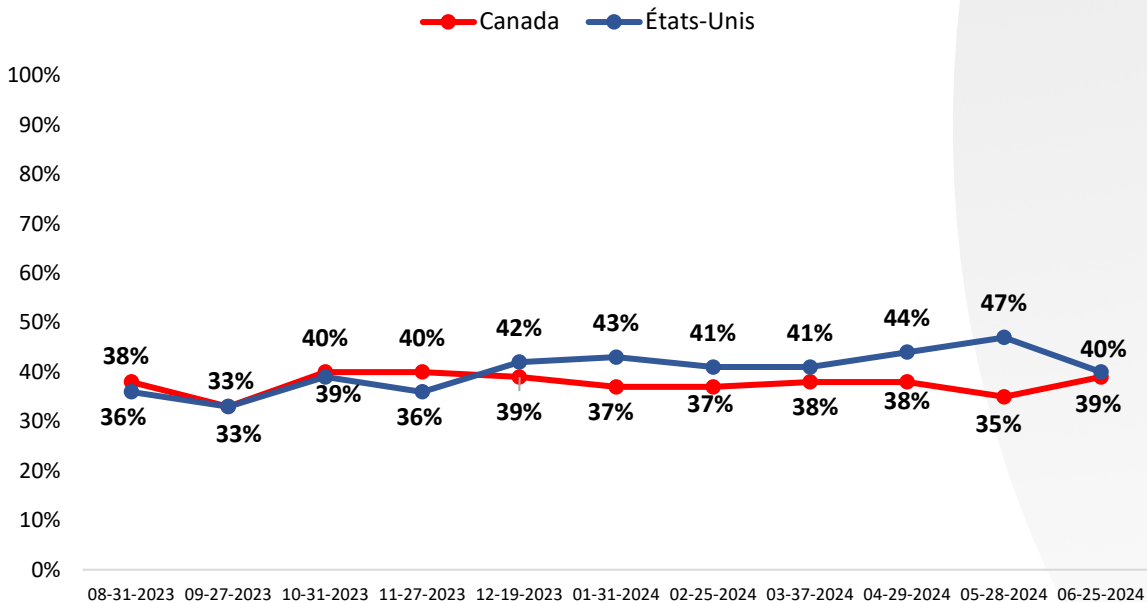
	 Total Canada	 Total États-Unis	Écart
n pondéré =	852	503	
n absolu =	864	514	
Total Préoccupé(e)	39%	40%	1
Très préoccupé(e)	15%	19%	4
Assez préoccupé(e)	24%	22%	2
Total Pas Préoccupé(e)	61%	60%	1
Peu préoccupé(e)	39%	33%	6
Pas du tout préoccupé(e)	22%	27%	5

Crainte de perdre son emploi – Évolution

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) de perdre votre emploi au cours des 12 prochains mois?

Base: Répondants qui ont présentement un emploi

% Total Préoccupé(e) Présenté



Rapport

Profil des répondants



Échantillon pondéré et non-pondéré (1/3)

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

	Non pondéré	Pondéré
Province	1 607	1 607
Colombie-Britannique	171	223
Alberta	139	179
Manitoba/ Saskatchewan	133	103
Ontario	631	622
Québec	427	371
Atlantique	106	108

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

	Non pondéré	Pondéré
Région USA	1 003	1 003
NorthEast	190	176
MidWest	179	207
Sud	387	382
Ouest	247	237

Échantillon pondéré et non-pondéré (2/3)

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants selon le sexe, l'âge, la langue (langue maternelle).

	Non pondéré	Pondéré
Genre	1 607	1 607
Homme	823	784
Femme	784	823
Âge	1 607	1 607
18 à 34 ans	443	428
35 à 54 ans	466	517
55 ans et +	698	662
Langue (Langue maternelle)	1 607	1 607
Anglais	1 000	1 070
Français	377	317
Autre	228	218

Échantillon pondéré et non-pondéré (3/3)

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants selon le sexe et l'âge pour les États-Unis.

	Non pondéré	Pondéré
Genre	1,003	1,003
Homme	494	492
Femme	509	511
Âge	1,003	1,003
Entre 18 et 34 ans	264	311
Entre 34 et 54 ans	325	314
55+	414	378

Nos services

- **Léger**
Recherche marketing et sondages
- **Expérience client (CX)**
Services-conseils stratégiques et opérationnels en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analytique et modélisation des données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communautés**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger DGTL**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | NEW YORK

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.