

## Jour du Souvenir

*Sondage auprès des  
Canadiens*

10 novembre 2025



# Méthodologie

Cette semaine, nous avons sondé les Canadiens sur leurs plans pour le jour du Souvenir.

## Méthode

Sondage en ligne auprès des répondants âgés de 18 ans ou plus. (Échantillon canadien: **n= 1 565**)

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.

## 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.

## Collecte

**Du 7 octobre au 9 novembre 2025.**

## Marge d'erreur

À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur d'au plus **±2,48%**, (19 fois sur 20).

## Différences significatives

Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative 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](mailto:aenns@leger360.com) ou Sébastien Dallaire, Vice-président exécutif Est du Canada au [sdallaire@leger360.com](mailto:sdallaire@leger360.com).

## Notes

Une méthodologie plus détaillée est présentée en annexe.

# La firme de sondage **la plus précise** au Canada

## CANADA 2025

**SONDAGE LÉGER**  
Publié le  
26 avril 2025

**RÉSULTATS OFFICIELS**  
Élections fédérales  
au Canada 2025

	43%	43,7%
	39%	41,3%
	8%	6,3%
	6%	6,3%
	2%	1,2%

## CANADA 2025-QUÉBEC

**SONDAGE LÉGER**  
PUBLIÉ LE  
26 AVRIL 2025

**RÉSULTATS FINAUX**  
ÉLECTION FÉDÉRALE  
CANADIENNE -  
QUÉBEC 2025

	42%	42,6%
	26%	27,7%
	24%	23,3%
	5%	4,5%
	2%	0,9%

## ÉTATS-UNIS 2024

**SONDAGE LÉGER**  
Publié le  
4 novembre 2024

**RÉSULTATS OFFICIELS**  
Élections présidentielles  
américaines 2024

	49%	50%
	49%	48%
Autres	2%	2%

## Faits saillants

Voici quelques **faits saillants** de notre sondage...

- **Sept Canadiens sur dix (69%) prévoient souligner le jour du Souvenir d'une manière ou d'une autre cette année, soit une baisse de sept points par rapport à 2024 (76%).** Les gestes les plus courants sont le port d'un coquelicot (55%) et l'observation de deux minutes de silence (39%), suivis par le visionnage d'une cérémonie à la télévision (21%) et la participation à un événement en personne (13%).
- La participation est la plus élevée dans les provinces de l'Atlantique (84%), en Alberta (81%), au Manitoba et en Saskatchewan (80%) et en Ontario (79%), mais elle est nettement plus faible au Québec (41%), où la moitié (52%) n'a pas l'intention d'observer. Les Canadiens plus âgés (76% des 55 ans et +) sont également plus susceptibles d'y participer. **Les électeurs libéraux (77%) sont parmi les plus engagés, tandis que seulement un électeur du Bloc québécois sur trois (33%) prévoit commémorer cette journée.**
- **L'appui à l'idée de faire du jour du Souvenir un jour férié national est extrêmement positif, soit 76%, comparativement à 15% contre 15% et 8% d'indécis.** L'appui est plus faible chez les électeurs du Bloc québécois (58%).

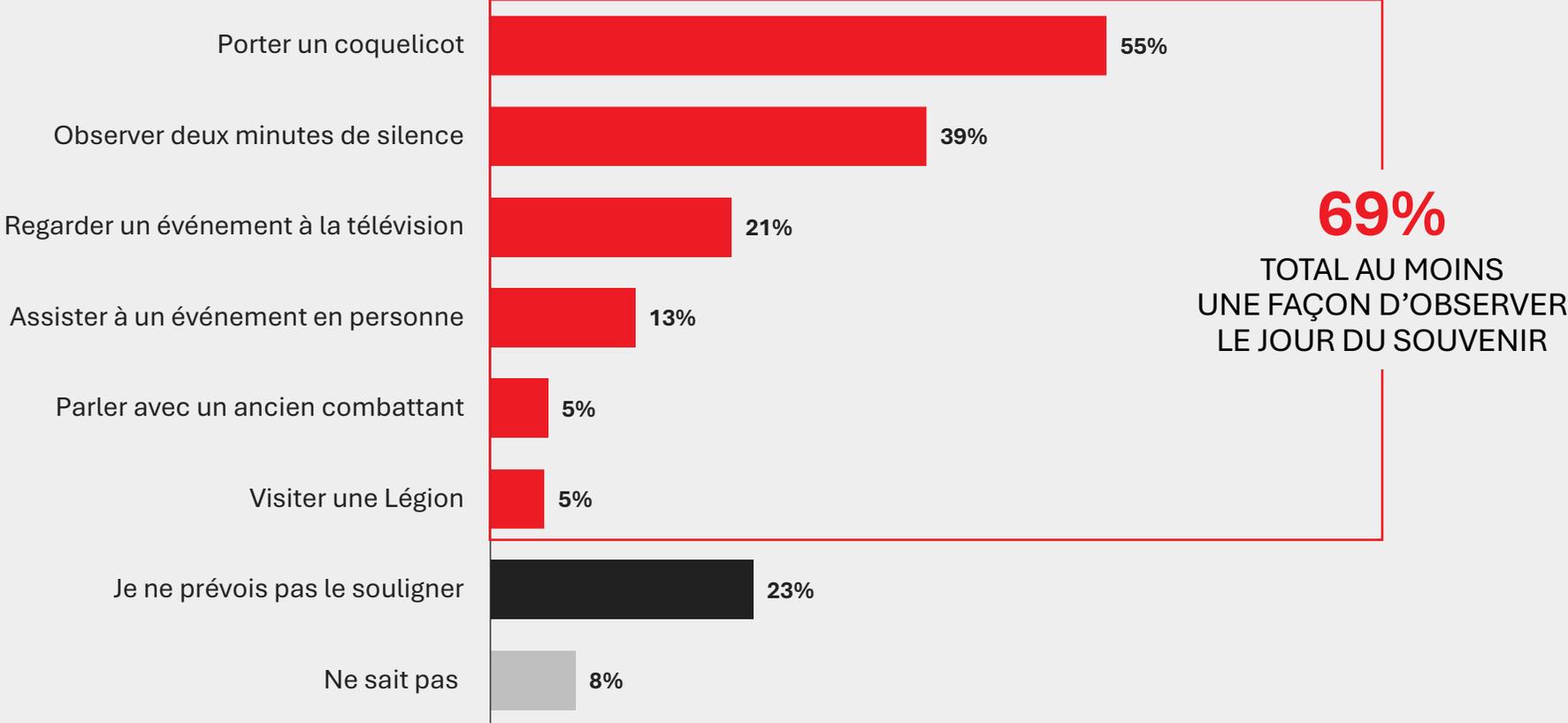
---

Résultats détaillés

# Façons dont les Canadiens prévoient souligner le jour du Souvenir cette année (1/2)

**Q1.** Comment allez-vous souligner le jour du Souvenir cette année? *Sélectionnez tout ce qui s'applique*

Base: Tous les répondants (n=1 565)



# Façons dont les Canadiens prévoient souligner le jour du Souvenir cette année (2/2)

**Q1.** Comment allez-vous souligner le jour du Souvenir cette année? *Sélectionnez tout ce qui s'applique*

Base: Tous les répondants (n=1 565)

	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	C.B.	Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Total 2024	Écart
<i>n pondéré=</i>	1 573	106	360	608	101	177	220	767	806	411	509	653	1 549	
<i>n absolu=</i>	1 565	104	404	614	135	141	167	773	792	351	502	712	1 549	
<b>TOTAL AU MOINS UNE FAÇON D'OBSERVER LE JOUR DU SOUVENIR</b>	<b>69%</b>	<b>84%</b>	<b>41%</b>	<b>79%</b>	<b>80%</b>	<b>81%</b>	68%	67%	71%	<b>62%</b>	66%	<b>76%</b>	<b>76%</b>	-7
Porter un coquelicot	55%	64%	29%	63%	64%	64%	56%	52%	57%	47%	51%	62%	58%	-3
Observer deux minutes de silence	39%	44%	17%	50%	41%	43%	37%	33%	44%	28%	35%	48%	45%	-6
Regarder un événement à la télévision	21%	31%	10%	24%	30%	25%	19%	22%	21%	17%	13%	30%	24%	-3
Assister à un événement en personne	13%	24%	3%	14%	12%	15%	20%	14%	12%	10%	13%	14%	12%	+1
Parler avec un ancien combattant	5%	7%	1%	6%	3%	9%	5%	5%	5%	3%	7%	5%	6%	-1
Visiter une Légion	5%	8%	1%	5%	10%	5%	7%	6%	4%	4%	5%	5%	5%	=
<b>Je ne prévois pas le souligner</b>	<b>23%</b>	<b>11%</b>	<b>52%</b>	<b>15%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	21%	24%	23%	<b>28%</b>	24%	<b>19%</b>	<b>17%</b>	+6
<b>Ne sait pas</b>	<b>8%</b>	5%	8%	7%	9%	7%	11%	9%	6%	9%	9%	<b>5%</b>	<b>7%</b>	+1

# Façons dont les Canadiens prévoient souligner le jour du Souvenir cette année – *Par intentions de vote*

**Q1.** Comment allez-vous souligner le jour du Souvenir cette année? *Sélectionnez tout ce qui s'applique*

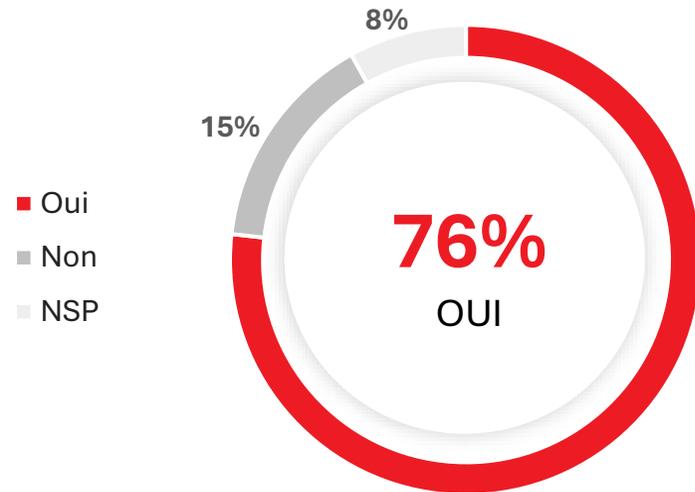
Base: Tous les répondants (n=1 565)

						
	Total Canada	PLC	PCC	BQ	NPD	PVC
<i>n pondéré=</i>	<b>1 573</b>	<b>579</b>	<b>488</b>	<b>83</b>	<b>76</b>	<b>45</b>
<i>n absolu=</i>	<b>1 565</b>	<b>631</b>	<b>405</b>	<b>105</b>	<b>104</b>	<b>47</b>
<b>TOTAL AU MOINS UNE FAÇON D'OBSERVER LE JOUR DU SOUVENIR</b>	<b>69%</b>	<b>77%</b>	76%	<b>33%</b>	66%	72%
Porter un coquelicot	<b>55%</b>	60%	<b>65%</b>	<b>18%</b>	49%	49%
Observer deux minutes de silence	<b>39%</b>	<b>46%</b>	39%	<b>19%</b>	35%	35%
Regarder un événement à la télévision	<b>21%</b>	<b>27%</b>	23%	<b>9%</b>	16%	28%
Assister à un événement en personne	<b>13%</b>	<b>17%</b>	13%	<b>2%</b>	16%	11%
Parler avec un ancien combattant	<b>5%</b>	4%	6%	<b>1%</b>	3%	<b>20%</b>
Visiter une Légion	<b>5%</b>	5%	6%	<b>0%</b>	5%	10%
<b>Je ne prévois pas le souligner</b>	<b>23%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>64%</b>	24%	28%
<b>Ne sait pas</b>	<b>8%</b>	5%	7%	2%	10%	<b>0%</b>

## Soutien à l'égard de faire du jour du Souvenir un jour férié national

**Q2.** Le jour du Souvenir devrait-il être reconnu comme jour férié officiel partout au Canada ?

Base: Tous les répondants (n=1 565)



	Total CANADA	ATL	QC	ON	MB/SK	AB	BC	Male	Female	18-34	35-54	55+
<i>n pondéré=</i>	<b>1 573</b>	<b>106</b>	<b>360</b>	<b>608</b>	<b>101</b>	<b>177</b>	<b>220</b>	<b>767</b>	<b>806</b>	<b>411</b>	<b>509</b>	<b>653</b>
<i>n absolu=</i>	<b>1 565</b>	<b>104</b>	<b>404</b>	<b>614</b>	<b>135</b>	<b>141</b>	<b>167</b>	<b>773</b>	<b>792</b>	<b>351</b>	<b>502</b>	<b>712</b>
Oui	<b>76%</b>	<b>93%</b>	<b>64%</b>	<b>71%</b>	<b>91%</b>	<b>89%</b>	<b>86%</b>	<b>74%</b>	<b>79%</b>	72%	<b>85%</b>	<b>72%</b>
Non	<b>15%</b>	<b>5%</b>	<b>25%</b>	<b>18%</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>	<b>18%</b>	<b>13%</b>	19%	<b>9%</b>	<b>18%</b>
NSP	<b>8%</b>	<b>2%</b>	11%	<b>11%</b>	6%	<b>4%</b>	5%	9%	8%	9%	<b>6%</b>	10%

## Soutien à l'égard de faire du jour du Souvenir un jour férié national – *Par intentions de vote*

**Q2.** Le jour du Souvenir devrait-il être reconnu comme jour férié officiel partout au Canada ?

Base: Tous les répondants (n=1 565)

						
	<b>Total Canada</b>	PLC	PCC	BQ	NPD	PVC
<i>n pondéré=</i>	<b>1 573</b>	<b>579</b>	<b>488</b>	<b>83</b>	<b>76</b>	<b>45</b>
<i>n absolu=</i>	<b>1 565</b>	<b>631</b>	<b>405</b>	<b>105</b>	<b>104</b>	<b>47</b>
Oui	<b>76%</b>	79%	81%	<b>58%</b>	79%	63%
Non	<b>15%</b>	<b>13%</b>	15%	<b>32%</b>	14%	29%
NSP	<b>8%</b>	8%	<b>4%</b>	10%	7%	7%

---

Profil des répondants

## Profil des répondants

(Base n= 1 565)

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

### Genre

	Non-pondéré	Pondéré
Homme	773	767
Femme	792	806

### Langue (Langue maternelle)

	Non-pondéré	Pondéré
Français	358	309
Anglais	1 062	1 125
Autre	145	139

### Âge

	Non-pondéré	Pondéré
18 à 34	351	411
35 à 54	502	509
55+	712	653

### Province

	Non-pondéré	Pondéré
Colombie-Britannique	167	220
Alberta	141	177
Manitoba/Saskatchewan	135	101
Ontario	614	608
Québec	404	360
Atlantique	104	106

## Notre engagement qualité



### Canada

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.



### Europe

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.



### Amérique

Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



### International

Léger est membre du [Worldwide Independent Network of Market Research \(WIN\)](#), une alliance mondiale de sociétés d'études de marché et de sondages indépendantes de premier plan qui collaborent pour partager leur expertise, leurs méthodologies et leurs connaissances sur divers marchés.

## Nos services

### Léger

Recherche marketing et sondages

### Expérience client (CX)

Services de conseil stratégique et opérationnel pour l'expérience client

### Léger Analytique (LEA)

Modélisation et analyse de données

### Léger Opinion (LEO)

Gestion de panel

### Communautés Léger

Gestion de communautés en ligne

### Léger DGTL

Stratégie digitale et expérience utilisateur

### Recherche internationale

*Worldwide Independent Network (WIN)*

# 300

Employé(e)s

# 185

Consultant(e)s

# 8

Bureaux

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

# Le ger

L'intelligence des données

[leger360.com](http://leger360.com)