



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal

Élections municipales 2025 : pour une métropole prospère et résiliente

Résultats d'un sondage exclusif réalisé par la
Chambre de commerce du Montréal
métropolitain et Léger

3 octobre 2025

En collaboration avec :

Léger



Mot d'Isabelle Dessureault, présidente et cheffe de la direction, CCMM



À l'approche des élections municipales de 2025, nous avons voulu donner la parole à celles et ceux qui façonnent l'économie de notre métropole au quotidien : les travailleurs, les travailleurs autonomes et les entreprises du Grand Montréal.

Avec ce sondage exclusif Léger, la Chambre met de l'avant des constats solides et non partisans sur les priorités qui doivent guider la prochaine administration. Les résultats sont éloquentes : le logement, l'itinérance, la mobilité et l'environnement d'affaires sont au cœur des préoccupations, aux côtés de l'attractivité du centre-ville, de la transition verte et du rayonnement international.

Montréal traverse un moment charnière dans un monde en pleine reconfiguration économique et géopolitique. Nous avons tout ce qu'il faut pour réussir : des talents de calibre mondial, une capacité d'innovation reconnue et une communauté d'affaires ouverte et ambitieuse. Il faut maintenant simplifier nos démarches, accélérer les projets structurants et diversifier nos marchés pour bâtir une métropole compétitive et inclusive.

Ce document vise à outiller la réflexion des candidates et candidats et à rappeler que Montréal a besoin d'une vision ambitieuse, d'une action disciplinée et d'une gouvernance exemplaire pour rester une métropole prospère et résiliente. La Chambre poursuivra son rôle de partenaire de la Ville et de catalyseur de l'économie, convaincue qu'une métropole prospère profite à l'ensemble du Québec et du Canada.



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal



Contexte

Contexte

À propos de l'étude

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM) a mandaté la firme Léger afin de consulter la population active du Grand Montréal à l'approche des élections municipales de l'automne 2025.

La Chambre cherche ainsi à comprendre les perceptions, préoccupations, aspirations et priorités de la population active montréalaise à l'égard des enjeux de sa ville.

Le présent sondage permet à la Chambre de documenter de manière rigoureuse les déterminants qui influenceront la prospérité et l'environnement d'affaires de la métropole.

La Chambre présente en complément de ce rapport une feuille de route économique pour assurer la prospérité et la résilience de Montréal dans un monde en mutation.

Ce rapport brosse un portrait détaillé des attentes et des aspirations des travailleuses, travailleurs, travailleurs autonomes et entreprises montréalaises sur des enjeux clés tels que l'environnement d'affaires, le rayonnement international, la mobilité, le logement et les grands projets urbains de Montréal.

En offrant un éclairage précis sur ces thématiques, la Chambre entend nourrir le débat public avec des données fiables, représentatives et non partisans, en cohérence avec son rôle de voix du milieu des affaires de la métropole.

Le mandat repose sur deux volets complémentaires :

- **Une enquête représentative** auprès d'un échantillon de 1 500 répondantes et répondants de la population active du Grand Montréal, recrutés via le panel Léger Opinion (LÉO). Des quotas ont été appliqués afin de refléter la distribution de la population dans les principales zones géographiques de la métropole.
- **Un exercice de participation** ouvert aux membres et aux partenaires de la CCMM, favorisant l'engagement de l'écosystème.

L'analyse de ces deux volets permettra d'alimenter une réflexion stratégique et de mettre en lumière les enjeux prioritaires qui guideront les prochaines orientations municipales.

Le sondage a été réalisé du 31 juillet au 10 août 2025. Les résultats ont ensuite été pondérés selon des variables sociodémographiques telles que le genre, l'âge, la langue maternelle, la région et la scolarité afin d'assurer la fiabilité et la représentativité des données recueillies. Cette rigueur méthodologique permet de dégager un portrait précis et fidèle des perceptions et aspirations de la population consultée.

À propos de la méthodologie

Le sondage réalisé auprès de la population active du Grand Montréal revêt une pertinence particulière pour la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM), puisque cette population constitue à la fois des entrepreneurs, des travailleurs autonomes, des employés, des fournisseurs et des clients de la communauté d'affaires.

Leur perception des enjeux est donc cruciale pour orienter la réflexion et les actions de la CCMM. Les résultats obtenus auprès des membres et des partenaires de la CCMM viennent renforcer ces constats, en amplifiant l'importance relative des certaines priorités.

Le tableau comparatif illustre clairement cette convergence. En effet, les répondants devaient sélectionner les trois enjeux les plus prioritaires, ce qui met en lumière des thématiques dominantes sans pour autant invalider la pertinence des autres enjeux.

Enfin, il importe de souligner que les enjeux liés au climat d'affaires et aux projets structurants intéressent davantage la communauté des affaires, ce qui s'explique par son exposition plus directe et tangible à ces réalités économiques et organisationnelles. Le graphique met donc en évidence un éventail d'enjeux jugés importants pour l'avenir de Montréal, parmi lesquels deux se démarquent nettement, sans pour autant occulter les autres.

Parmi l'ensemble des enjeux, sept se démarquent nettement, chacun étant identifié par plus d'une personne sur cinq dans la population active du Grand Montréal, un seuil significatif qui illustre l'éventail de priorités en vue de la prochaine élection à Montréal. Si l'accès au logement et la mobilité dominant, les autres thématiques conservent un poids considérable et traduisent des priorités bien ancrées pour une part importante de la population active et des membres de la Chambre.

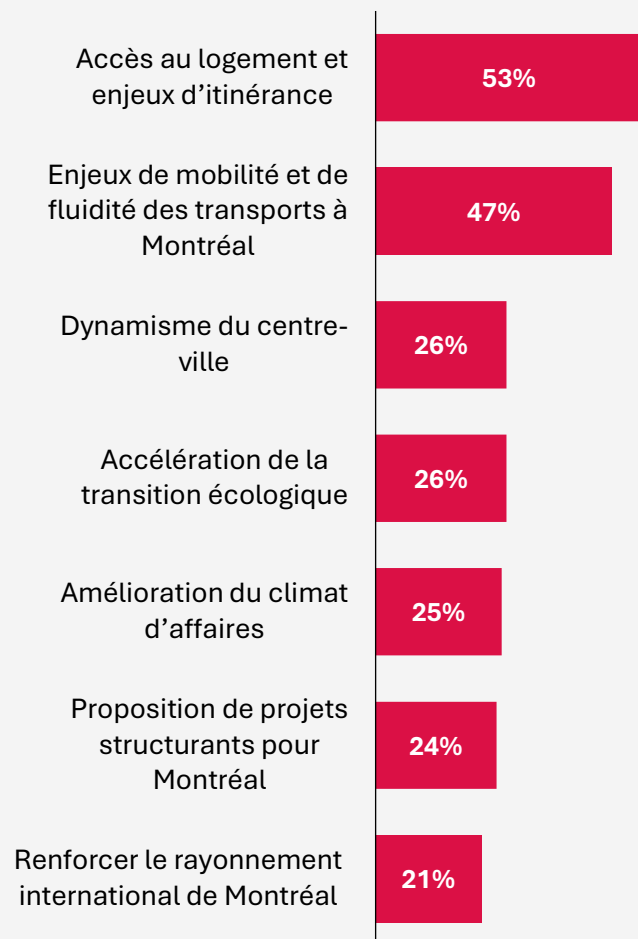


Faits saillants

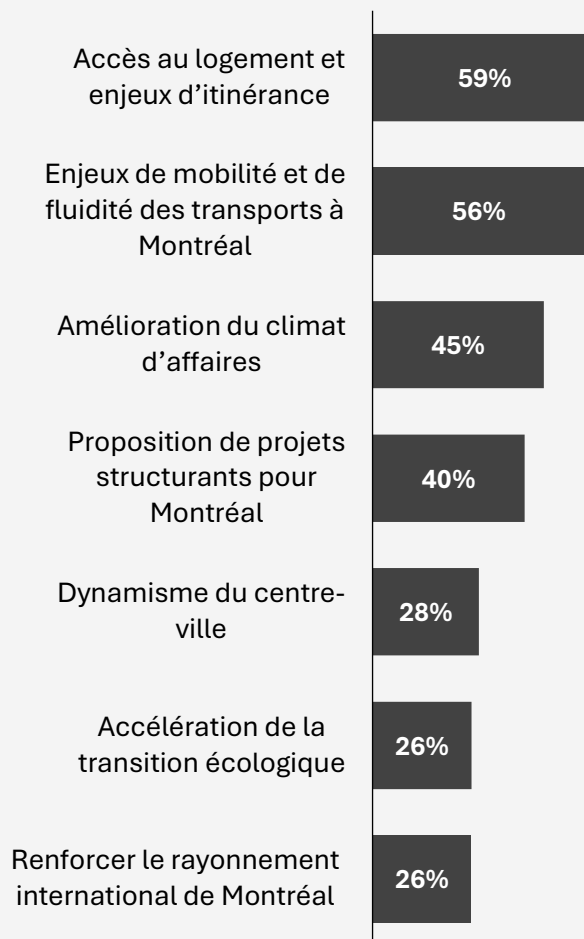
Faits saillants

Les enjeux prioritaires pour Montréal

Population active du Grand Montréal



Membres de la CCMM



Force est de constater que la population du Grand Montréal place en tête de ses priorités l'accès au logement et les enjeux liés à l'itinérance, suivis de près par les enjeux de mobilité et de fluidité des transports. Ces résultats confirment la profondeur de ces préoccupations, qui s'imposent comme centrales dans la vision des citoyennes et citoyens du Grand Montréal.

Les résultats révèlent une forte convergence entre la population active du Grand Montréal et la communauté des affaires montréalaise : **les mêmes enjeux dominant, mais ceux-ci apparaissent encore plus pressants pour les membres de la Chambre**. Que ce soit l'accès au logement, la mobilité, le climat d'affaires ou encore les projets structurants, l'importance accordée à chacun de ces thèmes est systématiquement amplifiée par les membres de la Chambre. Cela illustre à quel point ces priorités sont jugées déterminantes par les milieux d'affaires dans le contexte des élections municipales de 2025.

Synthèse transversale

Une **amplification du signal** par la communauté d'affaires

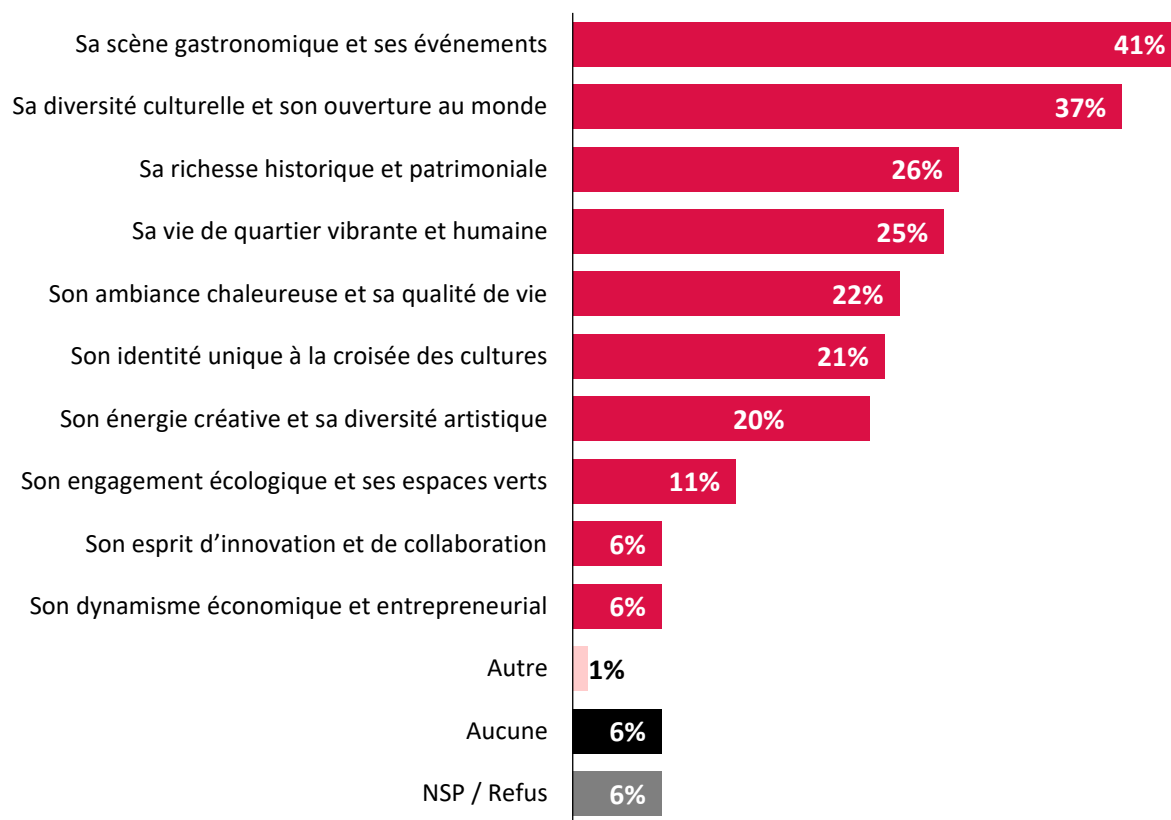
Les membres de la Chambre accordent **une importance encore plus grande à chacun des enjeux identifiés par la population**. Qu'il s'agisse de logement, de mobilité, d'environnement d'affaires ou de transition écologique, ils considèrent ces enjeux comme essentiels pour soutenir la compétitivité de Montréal et préparer son avenir.



Caractéristiques de Montréal

Caractéristiques de Montréal

La scène gastronomique, les événements ainsi que la diversité culturelle sont les principales caractéristiques qui renforcent le sentiment d'appartenance envers Montréal

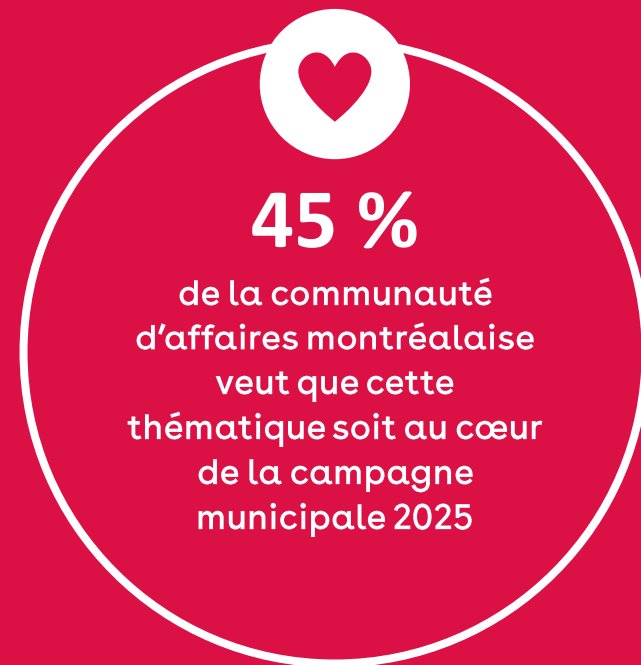


Le sentiment d'appartenance à Montréal repose avant tout sur sa scène gastronomique et ses événements **(41 %)** ainsi que sur sa diversité culturelle et son ouverture au monde **(37 %)**.

Parmi les autres éléments souvent cités, on retrouve la richesse historique et patrimoniale **(26 %)**, la vie de quartier vibrante et humaine **(25 %)** et l'ambiance chaleureuse et la qualité de vie **(22 %)**, l'identité unique à la croisée des cultures **(21 %)** et l'énergie créative et artistique **(20 %)**.

Les aspects liés à l'écologie **(11 %)**, à l'innovation **(6 %)** et au dynamisme entrepreneurial **(6 %)** sont mentionnés moins fréquemment.

Q1. Quelles sont les caractéristiques les plus distinctives de Montréal, celles qui alimentent le plus votre sentiment d'appartenance à la ville?*



Environnement d'affaires, bureaucratie et fiscalité à Montréal

Environnement d'affaires, bureaucratie et fiscalité à Montréal



45 %

de la communauté des affaires considère comme prioritaire l'amélioration du climat d'affaires, la simplification de la bureaucratie et l'allègement de la fiscalité municipale en vue des prochaines élections. Dans la population active, 1 répondant sur 4 juge prioritaire d'améliorer le climat d'affaires.

La perception dominante pour l'ensemble de la population active du Grand Montréal est que l'environnement d'affaires s'est détérioré au cours des quatre dernières années **(49 %)**. **Chez les membres de la Chambre, cette perception s'élève à 60 %.**

Les critiques ciblent principalement la lourdeur administrative : plus de la moitié population active du Grand Montréal **(55 %)** jugent les démarches auprès de la Ville de Montréal trop complexes ou trop lentes, et **51 %** estiment que les règlements manquent de clarté. La fiscalité municipale est également perçue comme trop élevée **(58 %)**.

Pour améliorer la situation, la population souhaite surtout un meilleur entretien et une plus grande accessibilité des rues commerciales **(44 %)**, une réduction des délais administratifs **(31 %)** et une amélioration de la mobilité pour les employés et la clientèle **(26 %)**.

Environnement d'affaires, bureaucratie et fiscalité à Montréal

Proportion affirmant que l'environnement d'affaires à Montréal **s'est détérioré**

Total Grand MTL

49 %

Alors que 26 %
estiment qu'il est
resté stable.

Total Membres CCMM

60 %

Alors que 25 %
estiment qu'il est
resté stable.

OPINION SUR L'ENVIRONNEMENT D'AFFAIRES MONTRÉALAIS

Total
Grand MTL

Total
Membres
CCMM

Montréal est un bon endroit pour lancer et faire croître son entreprise

En accord	50 %	56 %
En désaccord	35 %	37 %

L'administration municipale est ouverte aux projets provenant du secteur privé

En accord	34 %	36 %
En désaccord	32 %	43 %

Les règlements municipaux à Montréal sont clairs et faciles à comprendre pour les entreprises

En accord	21 %	16 %
En désaccord	51 %	64 %

Les démarches administratives auprès de la Ville de Montréal sont simples et rapides pour les entreprises

En accord	16 %	10 %
En désaccord	55 %	69 %

Environnement d'affaires, bureaucratie et fiscalité à Montréal

Proportion affirmant que le niveau de taxation municipale à Montréal **est trop élevé**

Total Grand MTL

58 %

Alors que 21 %
jugent qu'il est
adéquat.

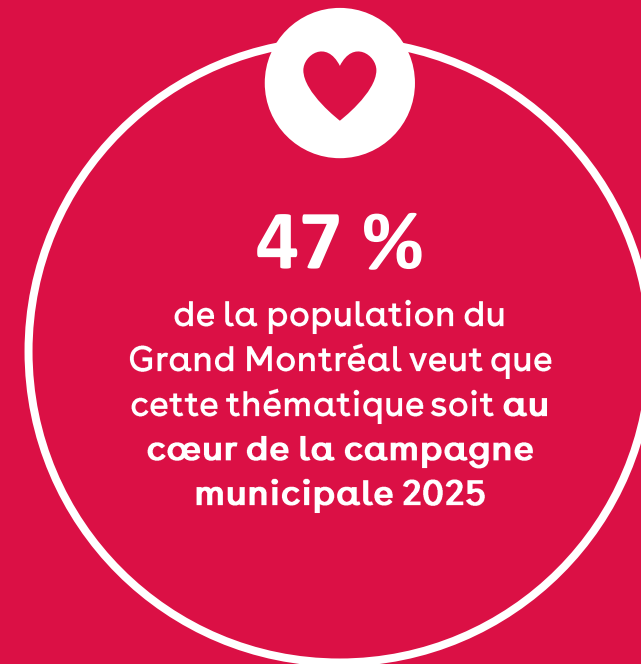
Total Membres CCMM

58 %

Alors que 27 %
jugent qu'il est
adéquat.

10 PRIORITÉS AMÉLIORER L'ENVIRONNEMENT D'AFFAIRES À MONTRÉAL

	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Améliorer l'entretien et l'accessibilité des rues commerciales	44 %	51 %
Réduire les délais administratifs	31 %	40 %
Améliorer la mobilité du personnel et de la clientèle	26 %	27 %
Assouplir la réglementation municipale pour les commerces	21 %	21 %
Développer davantage de locaux commerciaux abordables	21 %	14 %
Alléger et simplifier la taxation municipale pour les entreprises	20 %	16 %
Soutenir les projets de revitalisation des quartiers commerciaux	19 %	24 %
Favoriser l'achat local et l'innovation par les institutions publiques montréalaises	18 %	14 %
Renforcer l'attractivité et le rayonnement international de Montréal	15 %	27 %
Stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat local par des programmes d'accompagnement	13 %	20 %



Mobilité et transports

Mobilité et transports



47 %

de la population juge prioritaire l'amélioration de la mobilité et de la fluidité des transports. Bien qu'il s'agisse du deuxième enjeu le plus cité en mention assistée, c'est le premier à émerger spontanément, ce qui en fait un sujet profondément ancré dans le quotidien et l'imaginaire collectif montréalais.

La perception est claire : les déplacements à Montréal se sont détériorés au cours de la dernière année pour une majorité (62 %). **Du côté des membres de la Chambre, cette perception s'élève à 75 %.**

Les attentes se concentrent sur une meilleure coordination des chantiers (58 %), l'entretien accru des infrastructures routières (56 %) et une gestion plus efficace de la circulation (50 %). Si l'usage des transports actifs est jugé satisfaisant (56 %), l'opinion est plus nuancée pour le transport collectif : une majorité reconnaît ses avantages (51 % de satisfaction), mais une part importante demeure critique (41 % d'insatisfaction). La cohabitation entre les différents modes de transport est également perçue comme problématique, avec 57 % d'insatisfaction.

Enfin, la population exprime une volonté claire d'investissements majeurs dans le réseau de transport en commun, notamment pour prolonger la ligne bleue (59 %) ou créer de nouvelles lignes structurantes (ex. : ligne rose).

Mobilité et transports

Proportion estimant que la fluidité des déplacements à Montréal **s'est détériorée** dans la dernière année

Total Grand MTL

62 %

Total Membres CCMM

75 %

3 PRIORITÉS POUR UNE MEILLEURE FLUIDITÉ DES DÉPLACEMENTS À MONTRÉAL

	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Améliorer la coordination des chantiers de construction et de voirie	58 %	70 %
Améliorer l'état et l'entretien des infrastructures routières	56 %	57 %
Améliorer la gestion de la circulation	50 %	46 %



Mobilité et transports

SATISFACTION ENVERS LES MODES DE TRANSPORT	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
La place accordée aux transports actifs (ex. marche, vélo) par la Ville de Montréal		
Satisfait·e	56 %	63 %
Insatisfait·e	34 %	32 %
Le réseau de transport collectif à Montréal (ex. métro, bus, REM)		
Satisfait·e	51 %	53 %
Insatisfait·e	41 %	43 %
La cohabitation entre les différents modes de transport (voiture, vélo, transport collectif, marche, etc.)		
Satisfait·e	37 %	37 %
Insatisfait·e	57 %	61 %

PRIORITÉS EN TRANSPORT COLLECTIF ET EN MOBILITÉ URBAINE	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Prolonger la ligne bleue du métro vers l'Est (jusqu'à Anjou, Montréal-Nord, etc.)	44 %	49 %
Créer une nouvelle ligne de métro transversale (ex. : projet de ligne rose)	39 %	42 %
Créer de nouveaux stationnements incitatifs en périphérie de la ville	34 %	27 %
Soutenir la mise en place du train à grande fréquence (TGF) Québec–Montréal–Toronto	32 %	54 %
Déployer un vaste réseau de tramways à Montréal (objectif de 200 km)	23 %	38 %
Mettre en service un tramway dans l'Est de Montréal	19 %	20 %
Développer un réseau élargi de navettes fluviales sur le fleuve Saint-Laurent	19 %	22 %

Logement et itinérance



53 %

de la population
Grand Montréal veut que
cette thématique soit au
cœur de la campagne
municipale 2025

Logement et itinérance



53 %

de la population active du Grand Montréal considère que l'accès au logement et la réduction de l'itinérance doivent figurer parmi les priorités municipales.

Concrètement, l'accès au logement passe par la construction de nouvelles unités abordables, appuyées par des incitatifs gouvernementaux ou des partenariats (60 %). La population souhaite aussi alléger le fardeau fiscal des nouvelles constructions, notamment par une réduction des taxes, charges et redevances (48 %), ainsi qu'une accélération des processus d'approbation des projets résidentiels (43 %).

La population du Grand Montréalaise est largement favorable aux principes de densification intelligente (69 %) et soutient la conversion d'immeubles sous-utilisés en logements résidentiels (55 %) afin d'accroître l'abordabilité. **Plus de 60 % des membres de la Chambre jugent prioritaire l'approbation des projets résidentiels.**

En matière d'itinérance, les attentes vont au-delà des logements sociaux : un renforcement des services d'intervention psychosociale (53 %) et un meilleur accompagnement des personnes en situation de vulnérabilité (50 %) sont clairement évoqués par les répondantes et répondants. Ces résultats confirment par ailleurs l'importance des liens entre la Ville de Montréal et les ordres de gouvernement supérieurs, qui sont principalement responsables des compétences liées à l'aide sociale et à l'itinérance.

Logement et itinérance

Niveau d'adhésion aux principes de densification intelligente

Total Grand MTL

69 %

alors que 14 % y sont défavorables.

Total Membres CCMM

88 %

alors que 6 % y sont défavorables.

PRIORITÉS POUR UN MEILLEUR ACCÈS AU LOGEMENT	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Encourager la construction de logements abordables par des incitatifs ou partenariats	60 %	53 %
Réduire les taxes, les charges et les redevances sur les nouvelles constructions pour favoriser l'abordabilité	48 %	40 %
Accélérer l'approbation des projets résidentiels (permis, zonage) pour réduire les délais	43 %	61 %
Réserver des terrains municipaux à des projets d'habitation sociale ou communautaire	38 %	45 %
Favoriser la densification autour des pôles de transport collectif	22 %	43 %
Assurer une prévisibilité et une stabilité réglementaire accrues pour les promoteurs immobiliers	19 %	31 %

Chiffres clés

Logement et itinérance

PRIORITÉS POUR UNE ABORDABILITÉ RÉSIDENTIELLE	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Favoriser la conversion d'immeubles sous-utilisés en logements résidentiels	55 %	67 %
Offrir des incitatifs aux promoteurs pour inclure des logements abordables dans leurs projets	41 %	31 %
Réserver davantage de terrains municipaux à des projets de logement social ou communautaire	39 %	38 %
Simplifier et accélérer les processus d'approbation	35 %	46 %
Favoriser la densification autour des axes de transport collectif	24 %	41 %
Favoriser un déploiement plus rapide des grands projets résidentiels à fort potentiel	23 %	42 %

PRIORITÉS POUR RÉDUIRE L'ITINÉRANCE	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Renforcer les services d'intervention psychosociale	53 %	64 %
Prévenir l'itinérance par un meilleur accompagnement au logement et aux services de base	50 %	54 %
Construire davantage de logements sociaux et communautaires	43 %	37 %
Augmenter le soutien financier et logistique aux organismes communautaires	33 %	39 %
Obtenir un soutien accru des gouvernements provincial et fédéral pour répondre aux enjeux sociaux et renforcer la prévention	30 %	44 %
Mieux encadrer l'usage des lieux publics pour favoriser la sécurité et le vivre-ensemble	26 %	34 %

Attractivité du centre-ville de Montréal



26 %

de la population du
Grand Montréal veut que
cette thématique soit au
cœur de la campagne
municipale 2025

Attractivité du centre-ville de Montréal



26 %

de la population du Grand Montréal estime que la dynamisation du centre-ville, le renforcement de son accessibilité et le soutien à son animation culturelle devraient figurer parmi les priorités des candidats à la mairie de Montréal lors des prochaines élections municipales.

L'opinion demeure toutefois partagée : une majorité relative (55 %) considère le centre-ville comme attractif, tandis qu'une proportion importante (43 %) juge qu'il ne l'est pas.

L'animation culturelle et les événements organisés sont les principales sources de satisfaction liées au centre-ville (74 %), alors que la propreté se démarque comme le point faible majeur (63 % d'insatisfaction).

Chiffres clés

Attractivité du centre-ville de Montréal

Proportion estimant que le centre-ville de Montréal
est attractif

Total Grand MTL

55 %

alors que 43 %
estiment qu'il n'est
pas attractif.

Total Membres CCMM

50 %

alors que 49 %
estiment qu'il n'est
pas attractif.

Proportion de satisfaction quant à l'entretien et à
la **propreté du centre-ville** de Montréal

Total Grand MTL

32 %

alors que 63 %
expriment de
l'insatisfaction.

Total Membres CCMM

29 %

alors que 70 %
expriment de
l'insatisfaction.

Chiffres clés

Attractivité du centre-ville de Montréal

Proportion de satisfaction quant aux **activités culturelles et événements organisés** au centre-ville de Montréal

Total Grand MTL

74 %

alors que 17 % expriment de l'insatisfaction.

Total Membres CCMM

87 %

alors que 11 % expriment de l'insatisfaction.

Un peu plus de la moitié des répondants et répondantes jugent le centre-ville de Montréal attractif.

- **Les activités culturelles et événements se démarquent** comme le principal facteur d'attractivité, avec des niveaux de satisfaction élevés, particulièrement marqués chez les membres de la Chambre (87 %).
- À l'inverse, **l'entretien et la propreté du centre-ville suscitent de fortes insatisfactions** : 63 % dans l'ensemble de la population et 70 % pour la communauté d'affaires.

Globalement, l'image du centre-ville repose sur son dynamisme culturel, mais son attractivité demeure fragilisée par les enjeux liés à la propreté et à l'entretien.



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal

Aménagement urbain et structuration du territoire



24 %

de la population du
Grand Montréal veut que
cette thématique soit au
cœur de la campagne
municipale 2025

Aménagement urbain et structuration du territoire



26 %

des répondants estiment que l'aménagement urbain et la structuration du territoire devraient figurer parmi les priorités des futurs candidats à la mairie de Montréal.

Les attentes se concentrent d'abord sur le logement : réserver des terrains municipaux pour le développement de logements sociaux ou abordables (36 %), favoriser la construction de projets à proximité des axes de transport collectif (34 %) et transformer les secteurs industriels en quartiers mixtes (28 %). La mise à jour de la réglementation pour faciliter la construction dans les quartiers existants apparaît également importante (25 %).

La collaboration et la cohabitation sont des thèmes transversaux : plus de sept personnes sur dix (72 %) jugent prioritaire la collaboration avec les gouvernements provincial et fédéral, et une forte majorité souhaite améliorer la cohabitation entre citoyens et grands chantiers de construction (69 %).

Enfin, 63 % des répondants et répondantes priorisent une meilleure cohabitation entre les différents usages du territoire et l'accès aux zones stratégiques et économiques.

Aménagement urbain et structuration du territoire

La très grande majorité de la communauté d'affaires considère que la collaboration entre la Ville et les ordres de gouvernement supérieurs est prioritaire pour la réalisation des projets majeurs

Proportion considérant que la collaboration entre la Ville de Montréal et les gouvernements fédéral et provincial pour faire avancer les projets majeurs de la ville **est prioritaire**.

Proportion considérant que la Ville de Montréal devrait prioriser la cohabitation entre les citoyens et les grands chantiers de construction ou de réaménagement.

Total Grand MTL

72 %

Total Membres CCMM

93 %

Total Grand MTL

69 %

Total Membres CCMM

83 %

Aménagement urbain et structuration du territoire

Proportion considérant qu’une meilleure cohabitation entre les différents usages du territoire et qu’un accès plus facile aux infrastructures stratégiques et aux zones d’activité économique devraient être une priorité.

Total Grand MTL

63 %

Total Membres CCMM

80 %

7 PRIORITÉS POUR L’AMÉNAGEMENT URBAIN ET LA STRUCTURATION DU TERRITOIRE

	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Réserver des terrains municipaux pour le développement de logements sociaux ou abordables	36 %	40 %
Favoriser les projets de logements situés à proximité du métro, des lignes de bus ou des grands axes de transport collectif	34 %	45 %
Transformer des secteurs industriels en quartiers mixtes	28 %	32 %
Mettre à jour la réglementation pour permettre la construction de plus de logements dans les quartiers existants	25 %	34 %
Relier les quartiers centraux par des espaces verts et des sentiers	22 %	28 %
Développer de nouveaux liens de transport entre l’est et l’ouest de l’île	20 %	22 %
Réaménager les grands boulevards urbains	19 %	14 %
Accélérer la réalisation de projets d’habitation qui répondent à de hauts standards de design urbain	17 %	27 %

Rayonnement international de la ville de Montréal



21 %

de la population du
Grand Montréal veut que
cette thématique soit au
cœur de la campagne
municipale 2025

Chiffres clés

Rayonnement international de la ville de Montréal



21 %

de la population du Grand Montréal considère que le rayonnement international de Montréal devrait être une priorité à l'approche des élections municipales.



Ce rayonnement est jugé essentiel avant tout pour le positionnement du Québec et du Canada dans le monde (82 %) et pour l'attraction d'entreprises (81 %). Toutefois, l'opinion dominante est celle d'un certain surplace : 42 % estiment que le rayonnement de Montréal est demeuré stable au cours des quatre dernières années, tandis que 35 % considèrent qu'il a reculé. Seule une faible proportion (9 %) juge qu'il s'est amélioré.

Événements, gastronomie et culture : les piliers du sentiment d'appartenance de la population montréalaise

Pour renforcer l'image internationale de Montréal, plusieurs leviers ressortent avec force. L'amélioration de la qualité de vie et la promotion d'un environnement durable (39 %), ainsi que l'accueil de grands événements sportifs et culturels (32 %), figurent parmi les attentes clés. La tenue de ces événements est d'ailleurs perçue comme déterminante pour les retombées économiques (86 %), le rayonnement international (84 %) et le sentiment de fierté et d'appartenance (78 %).

Au-delà des événements, d'autres attributs contribuent fortement au sentiment d'appartenance : la scène gastronomique (41 %), de même que la diversité culturelle et l'ouverture sur le monde (37 %). Ces dimensions apparaissent comme des piliers identitaires reconnus de Montréal et constituent par conséquent des leviers puissants pour nourrir la fierté et renforcer la place de la métropole sur la scène internationale.

Rayonnement international de la ville de Montréal

Proportion considérant que le rayonnement de Montréal
a diminué au cours des quatre dernières années

Total Grand MTL

35 %

alors que 42 % sont
d’avis qu’il est stable.

Total Membres CCMM

46 %

alors que 35 % sont
d’avis qu’il est stable.

PRIORITÉS POUR RENFORCER L’IMAGE DE MONTRÉAL À L’INTERNATIONAL	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Améliorer la qualité de vie et promouvoir un environnement durable	39 %	36 %
Accueillir de grands événements sportifs et culturels	32 %	34 %
Renforcer la sécurité urbaine	28 %	25 %
Stimuler le tourisme à l’échelle internationale	27 %	25 %
Mettre en valeur le patrimoine et l’architecture de la ville	25 %	27 %
Développer une image de marque distinctive et faire rayonner les forces de Montréal	23 %	31 %
Stimuler l’innovation, les sciences et les technologies	22 %	39 %
Attirer et soutenir l’implantation d’entreprises internationales	20 %	36 %
Accroître l’attractivité de Montréal auprès des étudiants internationaux	18 %	20 %

Rayonnement international de la ville de Montréal

La très grande majorité de la population du Grand Montréal et de la communauté d'affaires attribuent une importance considérable au rayonnement international de Montréal pour le positionnement du Canada et du Québec dans le monde ainsi que pour l'attraction de talents

IMPORTANCE DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL DE MONTRÉAL (% important)	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Le positionnement du Québec et du Canada dans le monde	82 %	93 %
L'attraction d'entreprises	81 %	93 %
L'attraction des talents	77 %	94 %
Le sentiment de fierté et d'appartenance de la population montréalaise	76 %	86 %
Votre développement d'affaires	59 %	74 %

IMPORTANCE DE LA TENUE DE GRANDS ÉVÉNEMENTS À MONTRÉAL (% important)	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Retombées économiques	86 %	92 %
Rayonnement international de la ville	84 %	91 %
Création d'un sentiment de fierté collective	78 %	85 %

Environnement et changements climatiques



26 %

de la population du
Grand Montréal veut que
cette thématique soit au
cœur de la campagne
municipale 2025

Chiffres clés

Environnement et changements climatiques



26 %

de la population du Grand Montréal considère que la transition écologique et la lutte contre les changements climatiques devraient être des enjeux électoraux centraux.

L'engagement environnemental apparaît déterminant : 75 % des répondants et répondantes s'attendent à ce que les municipalités poursuivent et renforcent leurs efforts, et 58 % affirment que cet engagement influencera directement leur vote.

Pour réduire l'empreinte environnementale de la métropole, les attentes s'orientent vers la mise en œuvre d'aménagements urbains durables (24 %), l'amélioration de la gestion des déchets et le développement de l'économie circulaire (23 %), ainsi que le renforcement de l'offre et de l'accessibilité aux transports (18 %). La rénovation écoénergétique des bâtiments résidentiels et municipaux (17 %) fait également partie des solutions attendues.

En revanche, une majorité s'oppose à l'idée de restreindre l'accès au centre-ville aux véhicules non polluants (53 % en désaccord).

Environnement et changements climatiques

Proportion considérant que les candidats aux prochaines élections municipales doivent s'engager à **poursuivre et renforcer les efforts de lutte contre les changements climatiques**

Total Grand MTL

75 %

Total Membres CCMM

85 %

Proportion d'adhésion à ce que le centre-ville de Montréal soit une **zone où la priorité est réservée aux véhicules non polluants**

Total Grand MTL

37 %

Alors que 53 % y sont défavorables.

Total Membres CCMM

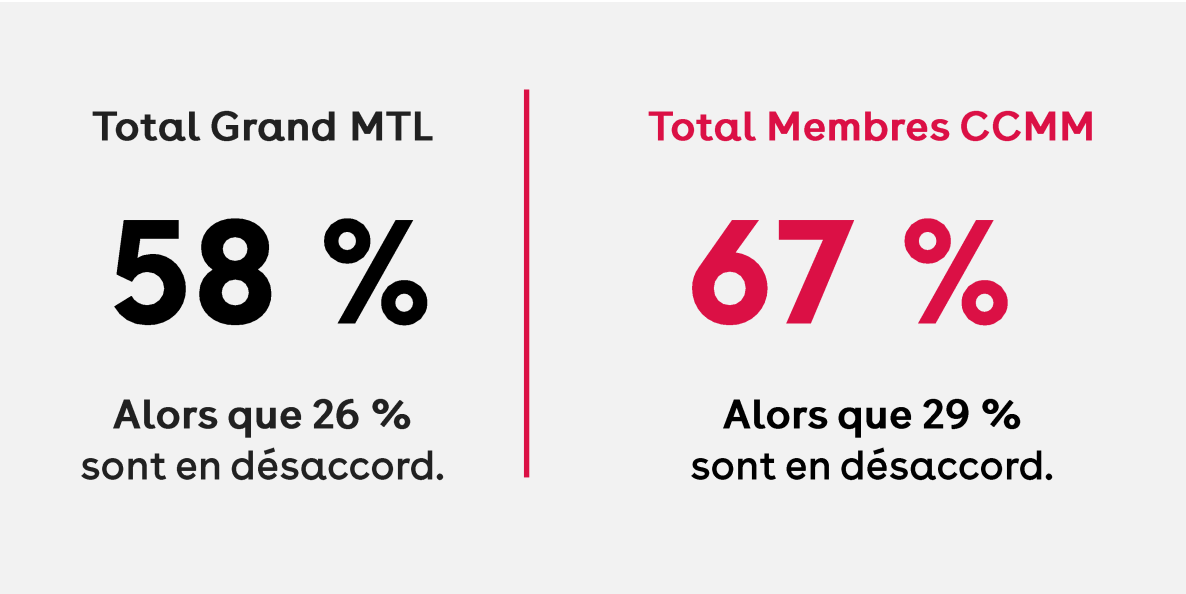
43 %

Alors que 54 % y sont défavorables.

Environnement et changements climatiques

Pour la majorité de la communauté des affaires, l'engagement environnemental des candidats est important et influencera leur vote.

Proportion affirmant que **l'engagement environnemental des candidats influencera leur vote** lors des élections municipales



PRIORITÉS POUR RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE LA VILLE DE MONTRÉAL – TOP 4	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
Mettre en œuvre des aménagements urbains durables (verdissement, lutte contre les îlots de chaleur, etc.)	24 %	26 %
Améliorer la gestion des déchets et développer l'économie circulaire	23 %	19 %
Améliorer l'offre et l'accès aux transports collectifs et actifs	18 %	28 %
Favoriser la rénovation écoénergétique des bâtiments résidentiels et municipaux	17 %	14 %

Conclusion

Ces résultats appuient la feuille de route économique de la Chambre présentée dans le cadre des élections municipales 2025. La Chambre invite les candidates et candidats à la mairie à intégrer ces priorités dans leur vision et leur programme. Elle réaffirme son rôle de partenaire de la future administration et sa volonté de travailler étroitement avec elle pour une métropole compétitive, innovante et prospère.



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal

Profil des répondants et répondantes

Profils des répondants et répondantes

	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
<i>n=</i>	1 502	290
Genre		
Homme	51 %	60 %
Femme	48 %	39 %
Âge		
18-34 ans	32 %	10 %
35-54 ans	46 %	45 %
55 ans et plus	21 %	45 %
Arrondissement		
Montréal	47 %	87 %
Laval	10 %	2 %
Lanaudière RMR	8 %	1 %
Laurentides RMR	10 %	3 %
Montréal RMR	24 %	8 %
Lieu de travail		
Télétravail	11 %	9 %
Île de Montréal	59 %	82 %
Couronne Nord	16 %	4 %
Couronne Sud	13 %	3 %
Parents d'enfants		
Oui	33 %	37 %
Non	67 %	61 %
Langue		
Français	57 %	74 %
Anglais	24 %	12 %
Autre	18 %	14 %

Profils des répondants et répondantes

	Total Grand MTL	Total Membres CCMM
<i>n=</i>	1 502	290
Scolarité		
Primaire/secondaire	21 %	2 %
Collégial	40 %	8 %
Universitaire	39 %	89 %
Propriété de la résidence		
Propriétaire	64 %	76 %
Locataire	36 %	22 %
Mobilité réduite		
Oui	12 %	2 %
Non	88 %	98 %
Né·e au Canada		
Oui	80 %	77 %
Non	19 %	23 %
Revenu		
Moins de 40 000 \$	7 %	1 %
40 000 \$ à 79 999 \$	27 %	8 %
80 000 \$ à 99 999 \$	15 %	6 %
100 000 \$ et plus	46 %	72 %
Emploi		
Employé·e à temps plein	84 %	79 %
Employé·e à temps partiel	9 %	1 %
À votre compte/travailleur autonome	8 %	20 %



la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal

Annexe

Méthodologie

Méthodologie

Comment?	Pour répondre aux objectifs de recherche, un sondage Web a été réalisé auprès de 1 502 personnes résidant dans la région de Montréal âgées de 18 ans et plus faisant partie de la population active et pouvant s’exprimer en français ou en anglais. Les répondants ont été recrutés via le panel de Léger Opinion (LÉO). Des quotas régionaux ont été appliqués afin d’assurer la représentativité de l’échantillon selon les principales zones géographiques : île de Montréal (900 répondants), Montérégie (300 répondants), Laval (110 répondants), Laurentides (110 répondants) et Lanaudière (80 répondants). En complément, un échantillon de convenance a été recueilli par le biais d’un lien ouvert envoyé par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM) à sa base d’affaires et diffusé sur ses réseaux sociaux. Au total, 257 personnes ont participé à l’étude via le lien ouvert. Compte tenu de la nature de l’échantillon, les données n’ont pas été pondérées.
Quand?	Les données du sondage Web tiré du panel de Léger ont été collectées du 31 juillet au 10 août 2025.
Marge d’erreur	À titre indicatif, la marge d’erreur maximale présumée pour un échantillon de 1 502 répondants est de $\pm 2,5 \%$, et ce, 19 fois sur 20.
Pondération	Les résultats de l’échantillon représentatif ont été pondérés en fonction du genre, de l’âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité, de la présence d’enfants dans le ménage et du statut de propriétaire afin d’assurer un échantillon représentatif de la population à l’étude.

Notes au lectorat

Arrondissement
Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100 %.

Dans les sections de **synthèse**, les faits saillants globaux ou les résumés de chapitres, certaines proportions sont présentées seules afin de mettre en évidence les principaux résultats. Les pourcentages restants correspondent aux autres modalités de réponse (ex. désaccord, neutralité, refus ou ne sait pas), qui ne sont pas toujours détaillées dans ces extraits, mais demeurent disponibles dans les tableaux de résultats complets.

Différences significatives
Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

*Les données en **gras vert** signalent une proportion **significativement supérieure** à celle des autres répondants.*