

DE LA PROTESTATION À L'OBSERVATION

Comment, en douze mois, les Canadiens ont
remplacé la défiance par le pragmatisme

Janvier 2026



CE QU'UNE ANNÉE DE SUIVI NOUS DIT DE NOS RELATIONS AVEC LES ÉTATS-UNIS

En janvier 2025, lorsque Donald Trump est de retour à la Maison-Blanche et menace le Canada d'annexion et de droits de douane, les Canadiens réagissent avec peur, colère et une farouche détermination à se tenir debout devant les États-Unis.

« Coudes levés » devient alors le cri de ralliement, alors que soixante-dix-neuf pour cent des Canadiens estiment que les relations se détériorent et près de six sur dix commencent immédiatement à acheter plus de produits canadiens. En mars, lorsque les tarifs douaniers deviennent réalité, la ferveur patriotique atteint son apogée. À ce moment, soixante-huit pour cent des Canadiens sont en faveur de tarifs de rétorsion en dépit des coûts potentiels, et soixante-cinq pour cent choisissent activement des produits canadiens au lieu de produits américains.

Cette réaction émotive ne pouvait pas durer. À l'été, une nouvelle réalité s'installe et, en décembre, l'exaspération transparaît dans les données. L'année qui a commencé avec défiance s'est terminée par un pragmatisme qui s'essouffle et de la résignation.

Douze vagues de données de suivi du sondage *Trump, tarifs et tumulte* nous donnent un aperçu de l'année 2025 et de ce que pourrait réserver 2026.

Qu'est-ce qui a changé?

Le mouvement « Acheter canadien » s'est révélé éphémère, même s'il n'est pas encore complètement disparu. Après avoir culminé à soixante-cinq pour cent en avril, les achats patriotiques ont régulièrement décliné pour atteindre quarante-six pour cent en décembre, soit presque la même proportion qu'en février 2025, lorsque nous avons commencé le suivi. La baisse touche toutes les catégories de produits. Même les baby-boomers, qui ont toujours mené la charge « Acheter canadien », montraient des signes d'épuisement.



Le pragmatisme économique a remplacé l'idéalisme patriotique. Si, au départ, les Canadiens accordaient la priorité aux valeurs démocratiques communes dans les négociations commerciales, en décembre, ils se souciaient surtout des avantages économiques et de la baisse des prix. L'aide internationale, peut-être considérée comme de l'altruisme dans le passé, est devenue un outil pour promouvoir les intérêts du Canada. L'appui aux tarifs de rétorsion s'amenuise par rapport à son sommet de mars, se stabilisant à cinquante pour cent, en dépit des provocations continues. De bien des façons, les Canadiens ont commencé à répliquer « Le Canada d'abord » au message du président « L'Amérique d'abord ».

Les perceptions des relations bilatérales en tant que telles semblent s'être transformées. Le mois de décembre a été marqué par une stabilisation inattendue, la plupart des Canadiens estimant que les relations sont demeurées inchangées au lieu de s'être détériorées. Pour la première fois de l'année, les craintes de récession ont chuté sous la barre des cinquante pour cent, et l'évitement des voyages s'est atténué par rapport aux boycottages systématiques de l'été. Bref, les Canadiens semblent revenir à une « nouvelle normalité ».

Ce qui n'a pas changé

En dépit de ces changements de comportement, les principales attitudes observées au début de l'année sont demeurées inchangées. Tout au long de 2025, environ la moitié des Canadiens ont

systématiquement affirmé qu'ils ne pourraient plus jamais faire confiance aux Américains de la même façon qu'avant. Ce sentiment s'est avéré remarquablement stable, qu'il s'agisse du premier choc de février ou du calme apathique de décembre. La plupart continuent de croire que les différends actuels vont persister pendant des années, rejetant toute notion de règlement rapide à la suite du départ éventuel de Trump.

Le désir de s'éloigner des États-Unis n'a jamais fléchi. Tout au long de l'année, environ quatre-vingt-cinq pour cent des Canadiens préféraient invariablement supprimer les obstacles au commerce interprovincial ou établir de nouveaux partenariats internationaux plutôt que renforcer les liens avec les États-Unis. L'appui aux partenariats européens est demeuré stable, et les Canadiens se sont montrés ouverts à des accords commerciaux avec le Royaume-Uni, les Pays-Bas et le Japon et même, dans une moindre mesure, avec la Chine et l'Inde.

La mention « Fabriqué au Canada » demeure la norme par excellence en ce qui concerne les allégations sur les étiquettes, même si moins de consommateurs recherchent activement des produits qui l'affichent. Si nos habitudes d'achat ne se sont pas transformées de façon permanente, nous continuerons probablement de prêter attention à l'endroit où les produits sont fabriqués.



Une nouvelle normalité dans nos relations avec les États-Unis

Nos données de 2025 révèlent une nouvelle normalité dans les relations canado-américaines, du moins dans un avenir prévisible. L'attitude « coudes levés » du début a progressivement cédé la place à une réaction plus durable, conciliant préférences patriotiques et réalités pratiques. À la fin de 2025, les Canadiens avaient intégré la méfiance américaine dans leur vision du monde tout en modérant leurs réactions comportementales d'achat.

Cette évolution, de la crise aiguë à la normalité adaptée, constitue peut-être le changement le plus important de 2025, et probablement un signe que le Canada gagne en maturité lorsqu'il est forcé à affirmer sa souveraineté. Les Canadiens ont appris à vivre avec une confiance moindre en leur voisin tout en rejetant le nationalisme économique pour eux-mêmes. En effet, ils sont ouverts à de nouveaux accords commerciaux avec d'autres pays, mais seulement si ceux-ci profitent directement au Canada et aux Canadiens.

Sur le radar en 2026

2026 sera peut-être une année de « paix froide » entre le Canada et les États-Unis au moment où commencent les négociations de l'ACEUM. La stabilité de la méfiance tout au long de 2025 laisse croire que ce sentiment est devenu une caractéristique de la psyché canadienne. Le gouvernement gardera sans doute cela à l'esprit au moment de conclure un accord avec un partenaire de négociation auquel nous ne faisons plus confiance.

Ce scepticisme initial teintera désormais toutes les interactions bilatérales, ce qui élèvera la barre en matière de coopération, même sur des questions courantes. Pourtant, l'exaspération et la résistance active illustrées par le « Acheter canadien » et le sentiment patriotique sont tout aussi évidents. Le déclin constant des comportements « Acheter canadien » et le changement pragmatique des priorités commerciales indiquent que les Canadiens ne se demandent plus « comment répliquer? », mais plutôt « comment apprendre à vivre avec ça et à en tirer autant que nous pouvons? »

Nous prévoyons que les Canadiens continueront de se tourner vers les produits canadiens dans les catégories qui comptent le plus sur le plan émotionnel et pratique, comme la nourriture, les services financiers et peut-être l'alcool, tout en abandonnant les boycottages plus généraux qui se sont révélés non viables.

Nous entrevoyons aussi que les gens qui en ont les moyens continueront de privilégier le principe plutôt que le prix dans la mesure du possible, alors que les consommateurs soucieux des prix continueront de prioriser leurs portefeuilles.

Plusieurs tendances semblent sur le point de s'accélérer. La préférence constante pour les nouveaux partenaires commerciaux, combinée à la nouvelle volonté des Canadiens de privilégier les avantages économiques plutôt que les valeurs des accords commerciaux et l'offre d'aide internationale, aide à préparer la voie au soutien d'accords commerciaux avec des alliés aux vues similaires, et même moins similaires.

Des négociations en ce sens pourraient susciter un soutien et un examen plus rigoureux de la part de la population, précisément parce que les Canadiens considèrent maintenant de tels accords sous un angle pragmatique plutôt qu'idéaliste.

Pendant ce temps, l'optimisme économique observé en décembre pourrait renforcer la confiance des consommateurs. Dans un contexte où les craintes de récession ont fléchi sous la barre des cinquante pour cent et où les préoccupations liées au coût de la vie s'atténuent légèrement, on pourrait assister en 2026 à un retour à des habitudes de dépenses plus normales.

Toutefois, les préoccupations économiques demeurent, tout comme les craintes liées à l'inflation et à d'autres chocs qui pourraient replonger les Canadiens dans la peur. Davantage de données sur les tendances seront nécessaires pour déterminer la direction que pourrait prendre le rétablissement de la confiance et la vitesse à laquelle il se produirait..

Les habitudes de voyage offrent une autre fenêtre sur la normalisation. Le fléchissement de l'évitement des voyages aux États-Unis en décembre et les données selon lesquelles un plus grand nombre de Canadiens prévoient un voyage au pays plutôt qu'un boycottage des États-Unis indiquent que l'évitement systématique de l'été est passé.

Au printemps 2026, on pourrait assister à une augmentation des voyages d'agrément transfrontaliers, surtout chez les jeunes Canadiens

qui ont affiché des attitudes plus pragmatiques pendant toute la crise.

Inconnus connus

Les impondérables en 2026 demeurent politiques et générationnels. La baisse de confiance dans la capacité du premier ministre Carney de négocier un accord commercial avec les États-Unis laisse croire que les Canadiens commencent à accepter la possibilité qu'un accord commercial avec ce gouvernement ne soit pas possible. On ne sait pas si cela nuira aux résultats du premier ministre au chapitre des intentions de vote; jusqu'à présent, ça n'a pas été le cas.

Les objectifs et les définitions de la réussite peuvent changer dans l'esprit de la population, et le simple fait de préserver l'ACEUM ou de limiter les dégâts pourrait être perçu comme une victoire.

Toute percée diplomatique majeure ou autre provocation pourrait modifier cette perception. Pendant ce temps, l'écart grandissant entre l'activisme soutenu des baby-boomers (qu'ils peuvent se permettre) et le pragmatisme de la génération Z (qui est *tout* ce qu'elle peut se permettre) s'ajoutera probablement aux différents segments de consommateurs que nous avons vus émerger en 2025. Nous croyons que les différences entre les générations continueront d'être aussi importantes que les différences entre les régions ou entre les identités de genre.

Même si nous sommes unis dans nos points de vue sur les États-Unis, la cohésion sociale s'effrite dans d'autres domaines. L'unité nationale et la souveraineté des provinces sont également à l'ordre du jour en 2026, alors que l'Alberta envisage une question sur la séparation et que les Québécois se rendront aux urnes alors que le Parti Québécois domine en ce moment.

Les discussions sur l'avenir de l'Alberta et du Québec auront lieu dans le contexte de la menace des États-Unis à la souveraineté du Canada et de la possibilité que les États-Unis reconnaissent un vote provincial pour l'indépendance ou offrent une place dans l'union aux provinces qui souhaitent quitter le Canada.



LE CHANGEMENT LE PLUS PROFOND NE CONCERNE PAS CE QUE LES CANADIENS ACHÈTENT, MAIS CE EN QUOI ILS CROIENT

Conclusion

Le changement le plus profond en 2025 ne concerne pas ce que les Canadiens ont acheté, mais ce en quoi ils croient. La confiance dans les États-Unis ne s'est pas rétablie. Plusieurs indicateurs laissent croire que l'expérience avec les États-Unis a endurci les Canadiens. S'y ajoute l'instabilité géopolitique causée par les opérations américaines au Venezuela au début du mois de janvier.

La croyance selon laquelle on ne peut plus compter sur les États-Unis comme avant a été plus durable que n'importe quel boycottage ou habitude d'achat.

Nous semblons maintenant comprendre que nous sommes responsables de notre propre avenir économique, de notre sécurité et de notre souveraineté; que nous ne pouvons pas – et ne devrions pas – compter sur les États-Unis ou d'autres pour assumer cette responsabilité à notre place. Dans cette optique, le président Trump a rendu service au Canada. C'est peut-être l'héritage de Trump pour le Canada.

Dans la foulée d'une pandémie mondiale, 2025 a été une année difficile pour les Canadiens de manière inédite. Nous avons perdu le pouvoir de négociation, nous avons dû faire face à des tensions émergentes sur l'unité nationale et à des défis générationnels dans un contexte de prix plus élevés et de problèmes d'abordabilité. Mais nous sommes sans doute une nation plus forte parce que nous sommes plus lucides en ce qui concerne nos vulnérabilités et plus réfléchis dans nos choix.

La prochaine étape sera probablement dominée par un nationalisme tranquille et pragmatique qui consiste à choisir ses batailles, à tenir ses paris et à négliger aucune option pendant que nos relations avec les États-Unis et d'autres pays seront renégociées en temps réel.



Gregory Jack

Vice-président principal
Affaires publiques

Gregory.Jack@ipsos.com

