

## Sommaire

# Rappel des publicités de l'industrie du tabac et habitudes d'achat de cigarettes des Canadiens

Le 30 mars 2007

---

Préparé pour:

Santé Canada

SC numéro ROP 06-48  
200 promenade Eglantine  
1010A, Immeuble Jeanne-Mance, Pré Tunney, Bureau 1910A  
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

[por-rop@hc-sc.gc.ca](mailto:por-rop@hc-sc.gc.ca)

This summary is also available in English upon request

Numéro du contrat: H 1011-060042  
Date du contrat: Le 30 novembre 2006

**Préparé par:**  
**Centre de recherche Décima**

## Avertissement de propriété exclusive

Les renseignements contenus dans le présent document sont la propriété d'Éditions et Services de dépôt et ne peuvent être utilisés, reproduits ou divulgués à un tiers sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de l'auteur. Le destinataire de ces renseignements s'engage lui aussi à les protéger contre la perte, le vol et la compromission tant et aussi longtemps qu'ils seront en sa possession. Toute information ou tout matériel fourni par Éditions et Services de dépôt de même que toutes les données recueillies par Décima, seront traités en toute confidentialité par Décima et seront placés dans un endroit sécuritaire lorsqu'en possession de Décima (selon les normes de l'industrie et les lois applicables).

---



### Toronto

2345, rue Yonge  
Bureau 405  
Toronto (Ontario)  
M4P 2E5

Tél. : 416 962-2013  
Télé. : 416 962-0505

### Ottawa

160, rue Elgin  
Bureau 1820  
Ottawa (Ontario)  
K2P 2P7

Tél. : 613 230-2200  
Télé. : 613 230-9048

### Montréal

1080, côte du Beaver Hall  
Bureau 400  
Montréal (Québec)  
H2Z 1S8

Tél. : 514 288-0037  
Télé. : 514 288-0138

### Vancouver

21, rue Water  
Bureau 603  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 1A1

Tél. : 604 642-2295  
Télé. : 604 642-2549

[www.decima.com](http://www.decima.com)

[info@decima.com](mailto:info@decima.com)

## Sommaire

Dans le cadre de cette étude, la personne-ressource de la Division de la recherche sur l'opinion publique et de l'évaluation de Santé Canada était Amanda Hayne-Farrell, conseillère principale en recherches sur l'opinion publique. Cette recherche a été effectuée à l'automne 2006 et à l'hiver 2007 en vertu du contrat numéro H 1011-060042, dans le cadre du projet numéro ROP # 272-06 et dans le cadre du SC projet numéro ROP-06-48.

### Rappel de la publicité

La plupart des Canadiens (79 %) n'ont pas vu récemment de publicités sur le tabac ou de commandites de l'industrie du tabac faisant la promotion des produits du tabac. Les répondants qui ont vu une publicité se rappellent généralement où ils l'ont vue (81 %), mais le pourcentage de répondants qui se rappellent précisément la marque annoncée n'est pas aussi élevé (43 %).

Chez le cinquième des répondants qui se rappellent avoir vu ces publicités sur le tabac, les trois endroits qui reviennent le plus souvent sont les magazines (40 %), les babillards (21 %) et des affiches dans les magasins (19 %).

De nombreux répondants ne se rappellent pas dans quel journal ou magazine ils ont vu la publicité (41 %) ou quelle marque commanditait la publicité (57 %).

### Usage du tabac

Concernant l'usage du tabac, la plupart des Canadiens évitent les produits du tabac. Les trois quarts (78 %) des Canadiens ne fument pas du tout. En outre, presque tous les Canadiens affirment ne pas prendre de tabac à chiquer ou à priser (98 %) et ne pas fumer la pipe, le cigare, la bidi, le kretek ou la cigarette à base d'herbe (95 %).

### Achat de cigarettes

Les fumeurs canadiens achètent le plus souvent leurs cigarettes dans une petite épicerie ou un dépanneur (62 %) et ils achètent habituellement des paquets de 25 cigarettes (60 %).

Les Canadiens fument une grande variété de marques de tabac. Les cigarettes de marque Peter Jackson (9 %) sont les plus populaires auprès des répondants, particulièrement des Québécois (15 %). Les marques

Canadian/Canadian Classic (8 %), Number 7 (7 %), et DuMaurier – Format régulier (6 %) sont également populaires.<sup>1</sup>

Société : Centre de Recherche Décima

Numéro de contrat : H 1011-060042

Date d'octroi : le 30 novembre 2006

Pour de plus amples renseignements sur cette étude, veuillez envoyer un courriel à l'adresse suivante : [por-rop@hc-sc.gc.ca](mailto:por-rop@hc-sc.gc.ca)

---

<sup>1</sup> Ces différences ne sont pas statistiquement significatives.