

Sommaire

Vapotage et tabagisme : analyse et segmentation des groupes de pairs

Préparé pour : Santé Canada

hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

Novembre 2018

This report is also available in English.

Phoenix SPI est une société membre accréditée « Sceau d'or » de
l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing.



Sommaire

Santé Canada a mandaté Phoenix SPI pour mener une recherche sur l'opinion publique auprès des jeunes et des jeunes adultes canadiens âgés entre 13 et 24 ans sur des questions liées aux produits de vapotage et à l'usage du tabac. La recherche comportait les volets suivants : 1) une revue de la littérature et une analyse secondaire d'études actuelles fondées sur des données probantes concernant les comportements à risque des jeunes et des jeunes adultes, leurs motivations à adopter des comportements à risque, ainsi que leurs valeurs fondamentales et leurs intérêts; 2) une série de huit groupes de discussion et de huit triades en personne; et 3) un sondage en ligne auquel ont répondu 3 004 Canadiens âgés entre 13 et 24 ans. Les groupes de discussion se sont déroulés à Toronto (anglais) et à Montréal (français) les 12 et 13 février 2018 et les triades ont été organisées à Toronto (anglais) les 24 février et 2 juin, à Montréal (français) le 24 février et à Ottawa (anglais et français) le 2 juin. Le sondage en ligne a été réalisé entre le 26 mars et le 24 avril 2018. [La section Méthodologie](#) de l'Introduction et [l'annexe 3](#) renferme des renseignements additionnels sur la méthodologie.

La recherche visait principalement à obtenir des résultats qui permettront à Santé Canada de mieux rejoindre les Canadiens les plus susceptibles de fumer ou de vapoter et de les encourager à faire des choix éclairés. Les résultats serviront à accroître les connaissances du Ministère et contribueront à l'élaboration de prochaines campagnes de sensibilisation et d'éducation du public.

Limites de l'étude :

1. Recherche qualitative : Les résultats de cette recherche, qui fournissent une indication des points de vue des participants au sujet des enjeux abordés, ne peuvent pas être généralisés à l'ensemble de la population représentée par l'un ou l'autre des groupes participant à cette étude.

2. Recherche quantitative : Il n'a pas été possible de fournir une estimation de l'erreur d'échantillonnage du sondage en ligne parce que l'échantillon est constitué de personnes qui ont décidé de leur propre gré de se joindre au panel. Les sondages qui utilisent des échantillons tirés de panel ne peuvent être représentatifs sur le plan statistique de la population ciblée. De plus, en raison d'un petit échantillon de répondants de 13 à 15 ans, la segmentation s'applique seulement aux répondants de 16 à 24 ans. Cela dit, les résultats généraux concernent l'ensemble des répondants au sondage.

Les principaux constats¹ comprennent ce qui suit :

Tabagisme et vapotage : profil

- Un peu plus de un jeune ou jeune adulte canadien sur 10 fume ou vapote : 6 % vapotent, 6 % fument et 3 % vapotent et fument.²
- Les jeunes et les jeunes adultes qui vapotent choisissent des liquides contenant de la nicotine presque aussi souvent que des liquides sans nicotine. Plus particulièrement, deux tiers de ces jeunes ont indiqué qu'ils optent parfois (43 %) ou toujours (24 %) pour des liquides contenant de la nicotine, et sept sur 10 choisissent parfois (50 %) ou toujours (20 %) des liquides sans nicotine.
- Pour ce qui est des répondants qui fument ou qui vapotent, un peu plus de quatre fumeurs sur 10 (43 %) font usage du tabac à tous les jours, alors qu'un quart (24 %) des vapoteurs s'adonnent quotidiennement au vapotage.
- Une fois que les jeunes et les jeunes adultes commencent à fumer ou à vapoter, ils fument et vapotent plus ou moins à la même fréquence; près de trois fumeurs ou vapoteurs sur 10 (28 % et 29 %, respectivement) fument ou vapotent *plus souvent* que lorsqu'ils ont commencé. Un tiers des fumeurs (34 %) et des vapoteurs (35 %) le font à la même fréquence qu'au début et un tiers de fumeurs (36 %) ou de vapoteurs (33 %) le font moins souvent.
- Plus de la moitié des fumeurs (56 %) ont commencé à fumer en raison du comportement de leur groupe de pairs et la plupart des vapoteurs ont commencé parce que leurs amis le faisaient (44 %) ou parce qu'ils aimaient la saveur ou l'odeur des liquides de vapotage (39 %).
- La plupart des personnes (81 %) qui fument et vapotent ont indiqué qu'elles avaient d'abord commencé à fumer.

Perceptions concernant l'acceptation sociale, la dépendance et les risques

- Comparativement aux non-fumeurs et aux non-vapoteurs, les fumeurs et les vapoteurs trouvent le vapotage plus acceptable : 17 % sont d'avis que le vapotage est une grosse affaire (comparativement à 45 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs) et près de trois répondants sur 10 (29 %) conviennent que le vapotage est embarrassant et pas « cool » (comparativement à 54 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs). De plus, 39 % des répondants s'entendent pour dire que le tabagisme n'est pas acceptable socialement (comparativement à 57 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs).
- Près de tous les répondants qui ne fument pas et qui ne vapotent pas (91 %) sont d'avis que le tabagisme crée une dépendance. Les opinions des fumeurs et des vapoteurs sont semblables : 82 % croient que le tabagisme entraîne une dépendance. En outre, 78 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs et 57 % des fumeurs et des vapoteurs conviennent que la nicotine est un produit chimique toxique qui devrait être évité. Plus de la moitié (56 %) des non-fumeurs et des non-vapoteurs croient que le

¹ Les principaux constats présentent les résultats des volets quantitatif et qualitatif. Pour établir une distinction entre les deux volets, les résultats du sondage en ligne sont présentés en premier, suivis des résultats du volet qualitatif qui sont indiqués comme tels.

² La proportion de fumeurs et de vapoteurs dans l'échantillon du sondage est plus faible que la proportion de fumeurs et de vapoteurs de 15 à 24 ans au sein de la population canadienne (les proportions sont fondées sur la plus récente Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues [ECTAD]).

vapotage crée une dépendance comparativement à 41 % des fumeurs et des vapoteurs. Alors que 44 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs estiment que le vapotage n'est pas plus sain que le tabagisme, seulement un tiers (33 %) des fumeurs et des vapoteurs partagent la même opinion.

- Les jeunes et les jeunes adultes, peu importe s'ils fument ou vapotent actuellement, croient que l'usage du tabac de manière régulière pose de graves risques. Presque tous les répondants au sondage (96 %) estiment que de fumer régulièrement des cigarettes est au moins quelque peu néfaste. En fait, même s'ils estiment que c'est moins risqué, 91 % des non-fumeurs et des non-vapoteurs jugent que le vapotage de nicotine de manière régulière est néfaste; 52 % sont d'avis que cela pose un risque important, 34 %, un risque modéré et 5 %, un faible risque. Comparativement aux non-fumeurs et aux non-vapoteurs, les fumeurs et les vapoteurs considèrent le vapotage comme une pratique moins risquée; 28 % estiment que le vapotage de nicotine pose un risque important, 41 %, un risque modéré, et 20 %, un faible risque.
- Les différences suivantes concernant les perceptions des vapoteurs et des fumeurs sont dignes de mention :
 - Une plus grande proportion de vapoteurs conviennent que le vapotage peut aider les fumeurs à cesser de fumer ou à diminuer leur usage de tabac et ne sont pas d'accord avec l'idée que le vapotage n'est pas plus sain que le tabagisme.
 - Les fumeurs sont plus susceptibles que les vapoteurs de se montrer en désaccord avec l'énoncé « fumer des cigarettes n'est pas acceptable socialement » et d'être d'accord avec l'énoncé « le vapotage est embarrassant/n'est pas 'cool' ». Ils ont également plus tendance que les vapoteurs à dire qu'il n'est pas important de vivre une vie saine sans tabac et sans drogues, de prendre position contre le tabagisme et de prendre position contre le vapotage.

Médias sociaux, groupes de pairs et loisirs

- Les jeunes et les jeunes adultes utilisent quotidiennement les principaux médias sociaux et l'utilisation rattachée à chacun d'eux est semblable : Facebook (72 %), Instagram (65 %), YouTube (61 %) et Snapchat (61 %). Par ailleurs, 22 % se servent à tous les jours de Twitter, 12 %, de Pinterest, et 7 %, de Tumblr.
- Les amis et la famille sont les plus grands influenceurs que suivent les jeunes et les jeunes adultes; ils suivent d'abord et avant tout leurs amis (85 %), puis les membres de leur famille (67 %).
- La plus grande part—et de loin—des jeunes et des jeunes adultes décrivent leurs amis comme des « intellectuels » (44 %). Dans une proportion moins importante, ils disent également que leurs amis sont des « athlètes » (26 %), des personnes « preppy » ou « populaires » (21 %), des « gamers » (20 %) et des jeunes qui s'intéressent aux arts (15 %).
- Les jeunes et les jeunes adultes qui ont pris part au volet qualitatif de la recherche ont indiqué que les jeunes « populaires » et les « rebelles » sont les plus susceptibles de fumer ou de vapoter. Les enfants « populaires » sont considérés comme des pionniers qui fument ou vapotent parce qu'ils croient que c'est « cool », et les « rebelles », selon les répondants, fument (ne vapotent pas) afin de préserver leur image de jeunes marginaux, qui ne suivent pas les tendances.

- Les jeunes et les jeunes adultes consacrent la plus grande partie de leurs temps libres en ligne (80 %), à écouter de la musique (78 %), en compagnie de leur famille (70 %), à regarder la télévision (69 %) ou des films (68 %) et en passant des moments chez leurs amis ou en communiquant avec eux par messages texte, FaceTime ou Skype (65 %) ou en passant du temps chez leurs amis (63 %).

Segmentation

Les jeunes et les jeunes adultes âgés entre 16 et 24 ans ont été répartis en sept groupes distincts selon leurs caractéristiques psychographiques et comportementales et leurs attitudes. Plusieurs techniques d'analyse ont été utilisées : une analyse des facteurs, une analyse des schémas décisionnels et une analyse de régression. Les sept segments et les proportions qui s'y rattachent sont les suivants :

- Les rebelles en quête de sensations fortes (24 %)
- Les militants consciencieux (18 %)
- Les fêtards rebelles (16 %)
- Les suiveurs de règles (15 %)
- Les marginaux (12 %)
- Les conformistes créatifs (9 %)
- Les preneurs de risques irrévérencieux (7 %).

La section [Constats détaillés : 2. Résultats de la segmentation](#) comprend de plus amples renseignements au sujet de chacun de ces groupes.

Pour ce qui est de la probabilité de *fumer*, ils présentent les risques suivants :

- **Faible risque** : les suiveurs de règles, les conformistes créatifs et les militants consciencieux
- **Risque modéré** : les marginaux, les fêtards rebelles et les rebelles en quête de sensations fortes
- **Risque élevé** : les preneurs de risques irrévérencieux

Pour ce qui est de la probabilité de *vapoter*, ils présentent les risques suivants :

- **Faible risque** : les suiveurs de règles, les militants consciencieux et les conformistes créatifs
- **Risque modéré** : les fêtards rebelles, les marginaux, les rebelles en quête de sensations fortes et les preneurs de risques irrévérencieux
- **Risque élevé** : aucun segment ne présente un risque élevé de vapotage. Cela dit, les preneurs de risque irrévérencieux et les rebelles en quête de sensations fortes sont plus susceptibles que la moyenne de présenter un risque élevé.

Si l'on tient compte de ces résultats, les principaux groupes cibles pour les messages visant à lutter contre le tabagisme et le vapotage devraient être les quatre groupes présentant un risque modéré ou élevé pour ce qui est de commencer à fumer ou à vapoter, soit les fêtards rebelles, les marginaux, les rebelles en quête de sensations fortes et les preneurs de risques irrévérencieux. En plus de consommer de l'alcool, la majorité des membres de ces groupes consomment aussi du cannabis, sauf les marginaux.

En ce qui a trait aux messages pour cesser de fumer, il est plus urgent d'intervenir auprès des preneurs de risques irrévérencieux, puisque les membres de ce groupe sont

considérablement plus susceptibles de fumer ou de vapoter. Les membres de ce groupe ont aussi tendance à être plus âgés (20 à 24 ans), à décrire leurs amis comme des personnes associées au « hip hop », à écouter de la musique hip-hop ou du rap, et à assister à des concerts, à aller à des bars et à passer du temps chez leurs amis dans leurs moments libres.

La valeur du contrat s'élève à 199 355,45 \$ (y compris la TVH).

J'atteste, par les présentes, à titre d'agente principale de Phoenix Strategic Perspectives, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* du gouvernement du Canada et les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.