



Health
Canada Santé
Canada

Numéro d'enregistrement de la ROP : 126-18
Numéro de contrat SPAC : HT372-184423
Date d'octroi du contrat : 21 février 2019
Date de livraison : 3 mai 2019
Coût du contrat : 228 966,25 \$

Évaluation qualitative des avertissements relatifs à la santé révisés pour les paquets de cigarettes et sur les cigarettes – 2019

Sommaire

Rédigé par :
Corporate Research Associates Inc.

Rédigé pour le compte de :
Santé Canada

This report is also available in English.

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, envoyer un courriel à :
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca



7071, Bayers Road, bureau 5001
Halifax (N.-É.) B3L 2C2
www.cra.ca
1 888 414-1336

Canada 

Évaluation qualitative des avertissements relatifs à la santé révisés pour les paquets de cigarettes et sur les cigarettes – 2019

Sommaire

Rédigé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Corporate Research Associates Inc.

Avril 2019

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de groupes de discussion menés par Corporate Research Associates Inc. au nom de Santé Canada. L'étude a été faite au moyen de groupes de discussion qualitative. La recherche comprenait un total de quarante groupes de discussion répartis en quatre catégories. Dix groupes réunissaient chacun des participants répondant aux critères suivants : jeunes non-fumeurs âgés de 15 à 19 ans; jeunes fumeurs âgés de 15 à 19 ans; jeunes adultes fumeurs âgés de 20 à 24 ans; adultes fumeurs âgés de 25 ans et plus. La recherche a été effectuée du 18 au 29 mars 2019.

La présente publication est aussi disponible en anglais sous le titre : Qualitative Testing of Revised Health Warnings for Cigarette Packages and on Cigarette.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Il faut, au préalable, obtenir une permission écrite de la part de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Numéro de catalogue :

H14-325/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-66030859-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP-037-18) :

Numéro de catalogue H14-325/2019E-PDF (rapport final, anglais)

978-0-660-30858-6

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de la Santé, 2019

Sommaire

Corporate Research Associates Inc.

Numéro de contrat : HT372-184423

Numéro d'enregistrement de la ROP : 126-18

Date d'octroi du contrat : 21 février 2019

Coût du contrat : 228 966,25\$

Contexte, objectifs et méthodologie

Le tabagisme demeure au premier rang des causes évitables de décès précoce et de maladie au Canada. Il a été démontré que les avertissements illustrés sont efficaces pour sensibiliser les gens aux dangers que représente le tabagisme. Santé Canada a créé plusieurs nouveaux avertissements illustrés et souhaitait évaluer les réactions aux concepts considérés, notamment les nouveaux avertissements illustrés, de même que les avertissements sous forme de textes imprimés sur chacune des cigarettes. Une recherche était nécessaire afin de déterminer si les concepts seraient efficaces pour informer et éduquer les Canadiens à propos des dangers et des effets du tabagisme sur la santé.

Pour atteindre ces objectifs, la recherche devait se faire selon une approche qualitative. Cela représentait un total de quarante groupes de discussion en personne, effectués du 18 au 29 mars 2019 à Toronto, Vancouver, Halifax et Montréal. Dix groupes de discussion réunissaient chacun des participants répondant aux critères suivants : jeunes non-fumeurs âgés de 15 à 19 ans; jeunes fumeurs âgés de 15 à 19 ans; jeunes adultes fumeurs âgés de 20 à 24 ans; adultes fumeurs âgés de 25 ans et plus. Les participants à la recherche comprenaient une variété de genres et d'âges dans chaque groupe.

Les discussions tenues à Montréal se sont déroulées en français, alors que partout ailleurs elles se sont déroulées en anglais. Chaque groupe de discussion durait environ deux heures et chaque participant a reçu 100 dollars (du lundi au jeudi) ou 125 dollars (le vendredi et le samedi) comme marque d'appréciation pour le temps qu'il nous accordait. Un total de douze (12) participants a été recruté pour chaque groupe (l'objectif étant que dix personnes participent à la discussion). Dans l'ensemble des villes, 369 participants ont finalement participé aux discussions.

Tous les participants ont été recrutés selon les critères du gouvernement du Canada. Le recrutement a été fait à l'aide de panels qualitatifs stockés sur des serveurs canadiens, avec des appels de suivi pour confirmer les détails fournis et pour garantir l'atteinte des quotas. Le présent rapport présente les constatations de l'étude. Notons qu'il convient d'interpréter les résultats de la présente étude avec précaution, car les recherches qualitatives ne peuvent fournir qu'une idée générale d'une situation. Les résultats ne peuvent pas être extrapolés avec confiance à l'ensemble de la population étudiée.

Preuve de neutralité politique

À titre de représentant de Corporate Research Associates Inc., j'atteste que les résultats livrés sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la **Directive sur la gestion des communications**. Plus précisément, les résultats attendus n'incluent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou les cotes de performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature



Margaret Brigley, présidente et directrice de l'exploitation | Corporate Research Associates

Date : 3 mai 2019

Principales constatations et conclusions

Les résultats de l'**Évaluation qualitative des avertissements relatifs à la santé révisés pour les paquets de cigarettes et sur les cigarettes – 2019** révèlent qu'un certain nombre d'éléments ayant un lien avec les images, les messages et la mise en page sont importants lorsque vient le temps de déterminer les répercussions des avertissements sur les paquets de cigarettes. Ces conclusions sont tirées de l'examen des réactions à un total de 44 avertissements (comprenant l'examen de 11 avertissements par groupe sur un programme de rotation) et à un total de 52 avertissements sur cigarette (dont 13 sont examinés par groupes selon un plan de rotation).

Les résultats confirment que les messages qui sont courts, inattendus et empreints de gravité dans leur potentiel d'impact personnel, ont attiré l'attention. De plus, les messages qui présentent un effet particulier que le tabagisme a sur la santé étaient généralement considérés comme étant plus clairs, plus faciles à comprendre et plus convaincants que les messages qui communiquent plusieurs thèmes et des explications plus élaborées.

Les commentaires entendus dans les groupes de discussion suggèrent que les images jouent un rôle important pour attirer immédiatement l'attention sur l'avertissement et influencent grandement l'impact et la crédibilité du message. Les images qui sont expressives et qui ont la capacité de communiquer clairement les effets du tabagisme sur la santé, sans l'aide d'un texte, étaient généralement considérées comme ayant le plus fort impact. De même, les avertissements qui contiennent une image réaliste étaient généralement considérés comme étant plus crédibles. Comme on peut s'y attendre, les images surprenantes ou n'ayant jamais été vues auparavant étaient plus susceptibles d'attirer l'attention. En même temps, les images s'adressant à des segments particuliers de la population étaient considérées comme étant plus pertinentes pour les groupes cibles.

Bien que les images macabres et explicites attirent effectivement l'attention, il semble que parfois elles atténuent l'impact des avertissements. De façon particulière, les réactions variaient pendant les groupes de discussion; les participants pouvaient aussi bien ignorer l'avertissement parce qu'ils étaient habitués

de voir ces types d'étiquettes sur les paquets de cigarettes, tout comme ils pouvaient tout simplement éviter de regarder une image trop macabre.

Bien que l'image joue un rôle important pour attirer rapidement l'attention sur l'avertissement, le texte qui l'accompagne est également important pour établir la pertinence et la crédibilité du message. Un court message exprimé simplement pour rendre évident l'effet du tabagisme sur la santé, suivi d'une brève explication ou d'un justificatif, était considéré comme présentant de l'intérêt. En outre, l'attention était plus intense si l'information était nouvelle ou peu connue, pourvu qu'elle soit communiquée clairement dans un langage simple. Le message étant endossé par Santé Canada, cela contribuait aussi à hausser la crédibilité des avertissements.

Les avertissements sur la dépendance à la nicotine et les effets de la fumée secondaire étaient considérés comme étant moins convaincants par les groupes cibles, étant donné que, selon les participants, ces deux sujets avaient fait l'objet, au cours des dernières années, de vastes promotions dans le cadre de campagnes d'éducation s'adressant au public. Enfin, les conséquences sur la santé qui n'étaient pas perçues comme pouvant mettre la vie en danger (p. ex. l'impuissance, les infections de l'oreille, l'asthme, la pneumonie) étaient considérées comme étant moins susceptibles d'inciter quelqu'un à penser à son état de fumeur. En comparaison, les avertissements présentant des effets graves sur la santé des bébés ou des fœtus attiraient l'attention.

De plus, le réalisme, la pertinence personnelle, les énoncés percutants et l'utilisation de statistiques donnent forcément de la crédibilité à un avertissement. Le fait d'avoir éprouvé les effets du tabagisme sur la santé ou sur la santé d'une personne connue rehausse la crédibilité perçue d'un avertissement. De brèves explications à propos d'effets moins connus du tabagisme, de même que la présentation de statistiques significatives, rehaussaient la crédibilité des avertissements. Certaines expressions ont aussi été remises en question (p. ex. la préférence exprimée pour l'expression « fumer cause le cancer » plutôt que « fumer peut causer le cancer »); le choix d'une expression peut créer un doute quant à la crédibilité d'une affirmation.

Dans le cas d'un avertissement qui montrait un effet du tabagisme sur la santé qui pouvait survenir dans le futur, il était très important pour les jeunes de voir l'impact sur la santé ou sur le style de vie de personnes dans la quarantaine (considérée comme la mi-temps de la vie) plutôt que dans la soixantaine ou à un âge plus avancé (considéré comme étant plus près de la fin de vie). Laisser entrevoir un style de vie au ralenti ou dramatiquement changé à cause de conséquences sur la santé ou de souffrances, attirait l'attention des jeunes, pourvu que les effets soient perçus comme des conséquences réalistes et normales du tabagisme et non comme des situations rares ou extrêmes.

Les témoignages étaient généralement perçus comme inefficaces pour attirer l'attention et créer de l'intérêt. Cette réaction peut être due au fait que la situation décrite est perçue comme étant unique à la personne qui témoigne de son expérience et au fait que les gens sont incapables de se voir eux-mêmes dans de telles situations. De plus, les images qui accompagnaient ces avertissements ne communiquaient pas de façon convaincante les conséquences sur la santé dont il était question dans le

texte et manquaient généralement de pouvoir émotif. La crédibilité a aussi été affaiblie par l'utilisation de noms rares ou perçus comme étant irréalistes (p. ex. Tarbox¹).

Pour ce qui est de la conception et de la mise en page des avertissements sur les paquets de cigarettes, les résultats indiquent que le meilleur emplacement pour les éléments dépend de la façon dont les personnes enregistrent l'information (p. ex. en lisant de gauche à droite ou de haut en bas) et quels sont les éléments qui les attirent (p. ex. image ou texte). En outre, les couleurs contrastantes rouge et jaune semblent avoir l'impact visuel le plus fort et étaient plus communément associées à l'intention implicite d'un avertissement (c.-à-d. stop, danger). Un texte en noir sur fond jaune ressortait, tout comme un texte jaune sur fond sombre. Le fait de placer le bandeau d'avertissement au haut de l'avertissement relatif à la santé couvrant toute la largeur du design a été considéré comme la façon de lui donner la plus grande visibilité. Cela dit, la véritable justification du terme « avertissement » a été mise en question, la plupart des gens s'attendaient à ce qu'il soit centré. Dans la version française, le terme « avertissement » a été considéré comme étant plus approprié que le terme « attention », car il est plus formel et habituellement associé à l'idée de prévention.

La section sur la ligne d'aide d'arrêt tabagique a généralement été remarquée et très appréciée. Quant au format, l'utilisation de majuscules en caractères gras donne davantage d'importance au message, alors que le lettrage en noir sur blanc était considéré comme étant plus visible, plus accrocheur et plus facile à lire qu'un lettrage blanc sur fond bleu.

Après l'examen des avertissements sur les paquets de cigarettes, une brève discussion a eu lieu à propos de ces derniers. Les réactions au fait d'imprimer des avertissements sur les cigarettes étaient viscéralement négatives chez les fumeurs, cet ajout n'étant pas considéré comme étant nécessaire pour avertir ceux qui fument, en plus d'être jugé coûteux. Cependant, la présence d'avertissements apposés sur les cigarettes rendait le tabagisme moins attrayant pour les fumeurs; les fumeurs qui fumaient moins présentaient des opinions partagées relativement à la possibilité d'avoir une incidence sur la sensibilisation aux risques pour la santé.

Parmi les groupes, les participants ont examiné 52 avertissements imprimés sur les cigarettes, chaque groupe a examiné 13 versions différentes. En général, les messages brefs sur les cigarettes et les messages qui soulignaient que chaque bouffée était nocive pour la santé ont été les plus remarquables et jugés comme étant les plus mémorables. Les avertissements qui traitaient des vastes effets du tabagisme sur la santé, ceux qui désignaient le décès comme la conséquence ultime du tabagisme et ceux qui traitaient de la souffrance étaient considérés comme les plus convaincants. Les versions contenant de l'information sur la ligne d'aide d'arrêt tabagique étaient souvent sélectionnées parmi les plus mémorables. Les énoncés sur la dépendance avaient de l'attrait pour les participants anglophones. Les avertissements sur les cigarettes étaient généralement considérés comme crédibles, bien que ceux qui présentaient les effets sur des parties du corps n'étant pas associés au tabagisme (p. ex. les yeux), les affirmations considérées trop vagues ou fournissant peu d'explications étaient considérées comme étant moins crédibles. Les renseignements nouveaux ou moins connus concernant des effets du

¹ Nom réel d'une personne

tabagisme sur la santé comprenaient le cancer de l'estomac, de la vessie, des reins ou des lèvres, les dommages aux yeux, l'impuissance et le grand nombre de produits chimiques contenus dans la fumée de cigarette. Sauf pour l'usage des sigles BPCO/MPOC (chronic obstructive pulmonary disease / maladie pulmonaire obstructive chronique), l'affirmation que le tabagisme endommage les yeux et le fait que la présence de goudron dans chaque bouffée de cigarette n'ait pas de conséquence évidente, les avertissements imprimés sur les cigarettes étaient considérés comme étant clairs et faciles à comprendre.

Enfin, quant à la façon dont l'avertissement apparaît sur la cigarette, les designs comprenant des icônes ou du texte en rouge étaient considérés comme les plus accrocheurs. De plus, le fait d'imprimer l'avertissement sur le filtre de la cigarette était considéré comme étant plus efficace pour que le message demeure visible pour les fumeurs et présent à leur esprit. L'utilisation de la couleur jaune était considérée comme étant efficace pour attirer l'attention.