



# Évaluation qualitative de nouveaux messages d'information sur la santé, y compris les options de placement, ainsi que les liens thématiques entre les éléments d'étiquetage – 2019

## Santé Canada

*Sommaire exécutif*

Octobre 2019

### Préparé pour :

Santé Canada

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 13 juin 2019

Date de livraison : octobre 2019

Valeur du contrat (TVH incluse) : 145 661,24 \$

Numéro de contrat : HT372-192561/001/CY

Numéro de ROP : 025-19

### Pour plus d'information, contacter :

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca)

*This report is also available in English.*

**Évaluation qualitative de nouveaux messages d'information sur la santé, y compris les options de placement, ainsi que les liens thématiques entre les éléments d'étiquetage – 2019**

**Sommaire exécutif**

Préparé pour Santé Canada  
Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.  
Octobre 2019

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique contient les résultats des discussions de groupe dirigées par le groupe-conseil Quorus Inc. au nom de Santé Canada. Cette étude a été réalisée à l'aide de groupes de discussion qualitatifs. Ces discussions, au nombre de 15, ont eu lieu en installations. Les groupes étaient composés de personnes qui fument la cigarette, sur une base quotidienne ou occasionnelle. L'étude s'est déroulée du 13 au 27 juillet 2019.

This publication is also available in English, entitled *Qualitative Testing of New Health Information Messages, Including Placement Options, as well as the Thematic Linking of Labelling Elements – 2019*

Le présent document peut être reproduit pour des fins non commerciales uniquement. Une permission écrite doit être obtenue au préalable auprès de Santé Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à [hc.cpab.por-rop.dqcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dqcap.sc@canada.ca) ou par la poste à l'adresse suivante :

Ministère de la Santé  
200, promenade Eglantine  
A.L. 1915C  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0K9

**Numéro de catalogue :**

H14-335/2020F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :**

ISBN 978-0-660-32512-5

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 025-19) :**

Numéro de catalogue : H14-335/2020E-PDF (sommaire exécutif en anglais)  
ISBN 978-066-032511-8

© Sa Majesté la reine du chef du Canada, représentée par le Ministre de la Santé du Canada, 2019




## **Attestation de neutralité politique**

J'atteste, par les présentes, à titre de président du groupe-conseil Quorus, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et la [Directive sur la gestion des communications – Annexe C](#).

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.

Signé :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rick Nadeau', is written over a light gray, textured rectangular background.

Rick Nadeau, président  
Le groupe-conseil Quorus Inc.

# Sommaire

## Contexte et objectifs de la recherche

Santé Canada est responsable de l'administration et de l'application de la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage* et ses règlements. Cette responsabilité comprend l'affichage d'information sur la santé sur l'emballage des produits du tabac, qui représente une des meilleures approches pour sensibiliser les consommateurs aux risques associés au tabagisme. Le *Règlement sur l'étiquetage des produits du tabac (cigarettes et petits cigares)* exige que les messages d'information sur la santé (MIS<sup>1</sup>) soient affichés à l'extérieur des paquets de cigarettes, plus précisément à l'arrière du tiroir sur les emballages à tiroir et coulisse ou sur un prospectus inséré dans les paquets avec rabat. Chaque MIS comprend deux éléments : une accroche et le principal message d'information sur la santé.

Santé Canada s'affaire actuellement à créer une nouvelle série de MIS. Lorsque ceux-ci seront au point et que les processus réglementaires seront en place, les MIS actuels seront retirés. Santé Canada a fait appel à Quorus pour réaliser une étude qualitative au moyen de discussions de groupe afin de clarifier et mieux comprendre les nouveaux concepts de MIS, déterminer l'emplacement idéal pour accroître leur visibilité, évaluer la pertinence des liens thématiques entre les messages à l'intérieur des emballages ou sur ceux-ci, et fournir de l'information sur les décisions réglementaires.

## Méthodologie

Le présent rapport contient les résultats de 15 discussions de groupe menées par Quorus du 13 au 27 juillet 2019. Tous les participants étaient des fumeurs réguliers ou occasionnels et ont été regroupés en trois segments : les jeunes (15 à 19 ans), les jeunes adultes (20 à 24 ans) et les adultes (25 ans et plus). En tout, 132 personnes ont participé aux discussions. Les séances en anglais ont eu lieu à Toronto, Winnipeg, Edmonton et St. John's, alors que les séances en français se sont déroulées à Québec. Des renseignements supplémentaires sont fournis dans la section de la méthodologie du présent rapport.

La recherche qualitative a pour but de recueillir un vaste éventail d'opinions et d'interprétations et non d'évaluer le pourcentage de la population cible ayant une opinion précise. Les résultats obtenus sont directionnels de nature; du point de vue statistique, ils ne peuvent être extrapolés à un auditoire en particulier.

## Examen des messages d'information sur la santé

Un nombre limité de participants ont affirmé porter une attention particulière aux MIS affichés sur les paquets de cigarettes. Ils sont également peu nombreux à se procurer des paquets à

---

<sup>1</sup> Dans le présent rapport, l'abréviation « MIS » est utilisée pour désigner les messages d'information sur la santé.

tiroir et coulisse – la majorité préfère les paquets à rabat avec les MIS imprimés sur un prospectus que bon nombre d’entre eux retirent et jettent.

Huit concepts de MIS ont été présentés aux participants; ceux-ci devaient évaluer chaque message sur une échelle de 1 à 10 pour chacun des aspects suivants :

- ✓ L’efficacité des MIS lorsqu’il s’agit d’informer et d’éduquer les participants sur les avantages du renoncement au tabac; et
- ✓ L’efficacité des MIS à susciter une réflexion sur le renoncement au tabac.

Même si nous avons obtenu des commentaires propres à chaque MIS, plusieurs réactions étaient communes à tous les concepts. Tout d’abord, les participants ont réagi plus favorablement aux concepts qui soulignaient les avantages du renoncement au tabac plutôt qu’à ceux qui mettaient l’accent sur des conseils pour renoncer au tabac. Les participants ont également préféré les puces courtes et plus percutantes, aux blocs de texte.

Du point de vue de la conception, certains étaient d’avis que les illustrations et les couleurs (surtout celles qui diffèrent de ce qu’ils ont l’habitude de voir sur les paquets de cigarettes, comme l’orange, le bleu pâle et le violet) peuvent s’avérer utiles pour attirer l’attention. Par contre, les images qui ne les rejoignent pas personnellement ou qui manquent d’authenticité ne font qu’affaiblir le message.

La plupart des participants ont préféré les accroches qui contenaient une question ou une image, comparativement à celles qui ne contiennent que des coordonnées.

À l’exception de quelques expressions (p. ex., TRN, coronaire), les concepts étaient faciles à comprendre.

L’information sur la ligne d’aide au renoncement est pour ainsi dire toujours considérée comme pertinente. Toutefois, quelques participants ont fait valoir la nécessité qu’elle soit mise en évidence dans l’accroche. La majorité préfère que ces deux éléments soient toujours présentés ensemble, et dans cet ordre : le site Web d’abord, suivi du numéro de téléphone. Même si l’information concernant la ligne d’aide au renoncement est bien visible dans le bas du MIS principal, certains ont convenu qu’ils n’iraient probablement pas aussi loin en ouvrant leur paquet de cigarettes et que cette information leur échapperait. En dernier lieu, plusieurs ont trouvé que les mentions comme « Accédez aujourd’hui » et « Pour de l’aide sans jugement » qui accompagnent l’information sur la ligne d’aide au renoncement ne font qu’alourdir le message, sans ajouter aucune valeur.

### **Réactions aux MIS sur le vapotage**

Trois des MIS présentés suggéraient que le passage au vapotage pouvait réduire l’exposition aux produits chimiques nocifs présents dans la fumée de cigarette et qu’il pouvait s’agir d’une bonne alternative à la cigarette. Bon nombre de participants ont cru qu’ils pourraient en effet

utiliser le vapotage pour laisser tomber la cigarette pour de bon. Par contre, plusieurs étaient d'avis que ces MIS ne contenaient pas assez d'information sur le vapotage ou avaient entendu dire trop de mauvaises choses à son sujet (p. ex., les produits chimiques présents dans les vapoteuses, les appareils qui explosent ou le poumon du travailleur du pop-corn) pour le considérer comme un bon choix. Bien que la plupart des participants ont reconnu que le vapotage pouvait être différent de la cigarette, ils en sont tout de même venus à la conclusion qu'on ne faisait que remplacer une dépendance par une autre. En fin de compte, la plupart étaient d'accord pour dire qu'il était encore trop tôt pour se prononcer et que les effets à long terme du vapotage étaient encore méconnus.

Par conséquent, peu d'entre eux semblaient à l'aise avec l'idée de remplacer la cigarette par la vapoteuse. La plupart étaient plutôt inconfortables, voire même indignés de voir que Santé Canada pouvait recommander, approuver ou promouvoir le vapotage. Au final, seulement quelques participants étaient d'avis que cette stratégie valait la peine d'être mise de l'avant, surtout venant de Santé Canada.

#### Emplacement des messages d'information sur la santé

Cinq concepts d'emballages ont été présentés aux participants pour évaluer la visibilité du MIS sur chacun d'eux. Les emballages étaient tous identiques, sauf pour l'emplacement du MIS. Dans l'option A (l'emplacement actuel du MIS sur les emballages à tiroir et coulisse), le MIS se trouvait à l'arrière du tiroir alors que dans l'option B, il était imprimé sur une insertion dans l'emballage, devant les cigarettes. Semblable à l'option B, l'option C affichait le MIS sur une étiquette recouvrant le papier d'aluminium sur les cigarettes. Dans l'option D, le MIS était sur le prolongement de la languette intérieure et dans l'option E, sur le prolongement du rabat supérieur.

Pour les participants, l'option E était de loin la plus visible. Ils n'ont pu faire autrement que de remarquer le MIS et le contraste entre la forme actuelle et celle proposée, considéré comme important. Certains ont avoué qu'ils déchireraient ou découperaient le rabat allongé.

Les participants se sont entendus pour dire que l'option B était semblable aux emballages actuels (à rabat) et que par conséquent, ils jetteraient probablement l'insertion comme ils le font présentement. Parce qu'il n'est pas rattaché à l'emballage et qu'il peut facilement être retiré, le message est moins visible.

Les options C et D ont été considérées tout aussi visibles l'une que l'autre et beaucoup moins «agaçantes» que l'option E puisque rien ne bloque l'accès aux cigarettes.

De toutes celles proposées, c'est l'option A qui était la moins visible, principalement parce que les participants ne croyaient pas qu'ils retourneraient le paquet pour lire l'information. Bon

nombre de participants utilisent l’emballage à rabat. Bien que cette option était alors le statu quo, il s’agissait quand même d’une nouveauté pour eux.

### Liens thématiques

Trois séries de mises en garde (MG), de messages d’information sur la santé (MIS) et d’énoncés sur les émissions toxiques (EET) ont été présentées aux participants. Ceux-ci devaient évaluer l’efficacité de chacune à faire le lien entre le tabagisme et le problème de santé présenté. Dans la série A, l’information contenue dans la MG, le MIS et l’EET portait sur un même thème (c.-à-d. le système respiratoire). Dans la série B, l’information contenue dans la MG et l’EET portait aussi sur un thème unique (le système respiratoire), mais le MIS abordait un autre thème (les services d’aide au renoncement). Dans la série C, les trois éléments d’étiquetage n’étaient reliés par aucun thème.

Même s’ils étaient nombreux à constater que la série A s’articulait autour d’un seul et même thème, les participants n’ont pas nécessairement invoqué cet aspect pour qualifier la série d’efficace. Ils ont plutôt évoqué la qualité du MIS, surtout l’image des poumons, le texte en rouge qui l’accompagnait et l’approche chronologique dans le message.

D’après les participants, le caractère spécifique de l’énoncé sur les émissions toxiques de la série C était plus percutant que l’information de nature générale dans les deux autres séries.

Interrogés à ce sujet, la plupart des participants préféraient un thème unique reliant tous les messages plutôt qu’une absence de thème. Selon eux, cette approche serait beaucoup plus efficace puisqu’elle offre des points de vue différents d’un même problème.

Lorsque l’animateur a rappelé aux participants qu’ils avaient mentionné ne lire que rarement un des messages, encore moins les trois, ceux-ci ont insisté sur ce qui suit :

- Ils étaient plus enclins à lire les messages qui les interpellaient;
- Advenant un changement dans l’emplacement ou la présentation de l’information à l’extérieur ou à l’intérieur des emballages, ils seraient plus enclins à le remarquer et à prendre connaissance de l’information.

Les quelques participants qui ont dit préférer voir un thème différent pour chacun des trois messages ont expliqué que cela augmenterait les chances qu’ils se sentent interpellés par au moins l’un d’eux. Les autres ont simplement dit qu’ils ne liraient aucun des trois messages et qu’ils ne voyaient donc pas l’utilité d’un thème unique.



**Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.**

**Numéro du contrat : HT372-192561/001/CY**

**Date d'octroi du contrat : 13 juin 2019**

**Valeur du contrat (TVH incluse) : 145 661,24 \$**

**Pour plus d'information, contacter Santé Canada à : [hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca)**