



**Santé
Canada**

**Health
Canada**

Valeurs sociales et segmentation psychographique des utilisateurs et des non-utilisateurs de tabac et de nicotine

Sommaire

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Numéro de contrat : HT372-192982/001/CY

Valeur du contrat : 239989,12 \$

Date d'attribution : 6 septembre 2019

Date de livraison : 21 février 2020

Numéro d'enregistrement : POR 048-19

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse suivante :

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

Canada 

Valeurs sociales et segmentation psychographique des utilisateurs et des non-utilisateurs de tabac et de nicotine

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Février 2020

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne et de groupes de discussion menés par Earncliffe Strategy Group pour le compte de Santé Canada. La recherche a été menée de septembre 2019 à février 2020.

Cette publication est aussi disponible en anglais sous le titre : Social Values and Psychographic Segmentation of Tobacco and Nicotine Users and Non-Users

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca ou à celle-ci :

Santé Canada, DGCAP
200, promenade Églantine, Pré Tunney
Immeuble Jeanne-Mance Building, AL 1915C
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Numéro de catalogue : H14-345/2020E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-34329-7

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 048-19)

H14-345/2020F-PDF (Rapport final, français)
978-0-660-34330-3

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de la Santé, 2020

The logo for the Government of Canada, featuring the word "Canada" in a large, black, serif font. A small red maple leaf is positioned above the letter "a".

SOMMAIRE

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de présenter à Santé Canada ce rapport qui résume les résultats de la recherche quantitative et qualitative menée pour comprendre les valeurs sociales et la segmentation psychographique des utilisateurs et des non-utilisateurs de tabac et de nicotine.

Le gouvernement du Canada s'est engagé à réduire la consommation de tabac à moins de 5 % d'ici 2035 afin de contribuer à lutter contre la prévalence des maladies chroniques, telles que le cancer, les affections respiratoires et les maladies cardiaques. Afin d'atteindre cet objectif, Santé Canada a créé un robuste programme de surveillance capable de recenser une variété de statistiques liées au tabagisme et au vapotage, du nombre de cigarettes qu'une personne fume par jour, à l'âge qu'il avait lorsqu'il a commencé à fumer ou à vapoter. Bien que ces données aient permis d'obtenir une variété d'informations et d'aperçus démographiques (âge, sexe, province, revenu, etc.), on ne sait pas encore très bien qui sont les personnes qui fument ou les personnes qui vapotent à un niveau plus personnel. L'objectif de cette recherche était de comprendre leur moralité, leurs valeurs, leurs systèmes de croyances, leurs opinions en matière de santé, etc. Les objectifs spécifiques étaient de déterminer s'il existe ou non différents segments au sein de la population fumeuse et vapoteuse auprès desquels des messages différents auraient une résonance plus forte que ceux utilisés actuellement. La recherche s'est concentrée sur le vapotage, alors que le taux de tabagisme chez les jeunes est à son plus bas niveau historique, le vapotage chez les jeunes augmente actuellement à un rythme effréné, en particulier chez les jeunes de 16 à 19 ans. C'est pourquoi Santé Canada a voulu mieux comprendre ce phénomène. Les résultats de cette recherche aideront Santé Canada à comprendre comment optimiser les différentes politiques pour atteindre son objectif de 2035. Le coût total de cette recherche s'est élevé à 239 989,12 \$, TVH comprise.

Outre les objectifs d'information, Santé Canada devait veiller à ce que chacun des divers publics cibles spécifiques soit échantillonné de manière adéquate afin de mieux comprendre les nuances d'opinion par public cible. Chaque public cible, dont certains ne sont pas mutuellement exclusifs, a été échantillonné selon les nombres suivants :

- Au moins n=2 000 personnes de 15 à 19 ans;
- Au moins n=1 000 personnes de 15 ans ou plus qui fument;
- Au moins n=1 000 personnes de 15 ans ou plus qui vapotent;
- Au moins n=500 personnes de 15 à 19 ans qui vapotent;
- Au moins n=700 personnes de 20 ans ou plus qui vapotent.

Pour atteindre tous ces objectifs, Earnscliffe a mené un programme de recherche en deux phases.

La recherche a commencé par une phase quantitative comprenant un sondage en ligne auprès de 7 773 Canadiens de 15 ans et plus. Le sondage en ligne a été mené par notre partenaire de collecte de données, le panel propriétaire de Leger. Afin d'atteindre les tailles d'échantillons cibles pour tous les publics recensés, Earnscliffe a élaboré une approche de collecte de données qui a commencé avec un total de 6 071 entretiens recueillis comme

échantillon de base de la population générale âgée de 15 ans et plus. Ensuite, les suréchantillons suivants ont été recueillis auprès de chacun des publics énumérés ci-dessous afin d'atteindre tous les objectifs d'échantillonnage du public cible :

- 1595 cas supplémentaires parmi les jeunes de 15 à 19 ans;
- 107 cas supplémentaires parmi les personnes de 20 ans et plus qui vapotent.

Au bout du compte, les publics cibles ont atteint les tailles d'échantillon suivantes :

- n=2 013 personnes de 15 à 19 ans;
- n=1 420 personnes de 15 ans ou plus qui fument;
- n=1 232 personnes de 15 ans ou plus qui vapotent;
- n=523 personnes de 15 à 19 ans qui vapotent;
- n=709 personnes de 20 ans ou plus qui vapotent.

Le sondage a été mené du 24 décembre au 21 janvier 2020 en anglais et en français. Les données ont été pondérées pour refléter la composition démographique de la population canadienne de 15 ans et plus, y compris l'incidence du tabagisme. Comme l'échantillon en ligne est basé sur les personnes qui se sont initialement autosélectionnées pour participer au panel, aucune estimation de l'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée, et les résultats ne peuvent pas être décrits comme statistiquement projetables à la population cible. Le traitement ici de l'échantillon non probabiliste est conforme aux *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada - Sondages en ligne*.

En outre, en raison de l'utilisation de panels en ligne à participation volontaire non probabilistes pour la collecte de données, ce sondage ne devrait pas être utilisé pour les taux d'incidence des comportements. Pour obtenir des informations statistiques sur la prévalence, veuillez consulter l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues (ECTAD, disponible à l'adresse <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/enquete-canadienne-tabac-alcool-et-drogues.html>).

La deuxième phase de la recherche a comporté une phase qualitative comprenant une série de quinze groupes de discussion avec trois segments de la population canadienne (18+) : les adultes qui vapotent actuellement, mais n'ont jamais fumé, les adultes qui vapotent actuellement, mais ont déjà fumé la cigarette, et les adultes qui vapotent et fument la cigarette à l'heure actuelle (double usage). Trois séances ont été organisées dans chacune des cinq villes suivantes : Halifax (3 février 2020), Montréal (4 février 2020), Toronto (5 février 2020), Calgary (6 février 2020) et Vancouver (8 février 2020). Tous les groupes ont duré une heure et demie. Les groupes de Montréal se sont déroulés en français, alors que tous les autres étaient en anglais.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, stratégique et d'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'est pas conçue pour aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour obtenir toute la gamme des idées, des attitudes, des expériences et des opinions d'un échantillon sélectionné de participants sur un sujet défini. En raison de leur nombre restreint, on ne peut pas s'attendre à ce qu'ils soient parfaitement représentatifs, d'un point de vue statistique, de la population plus large dont ils sont issus, et les résultats ne peuvent pas être généralisés de manière fiable au-delà de leur nombre.

Les principaux résultats de la recherche sont présentés ci-dessous. Les résultats en gras indiquent que le résultat du groupe démographique mentionné est considérablement plus élevé (à l'intervalle de confiance de 95 %) que le résultat trouvé dans les autres sous-groupes discutés dans la même analyse.

Comprendre le vapotage et la nicotine

- En ce qui concerne les perceptions des répondants, la pluralité (31 %) estime que les produits de vapotage sont le plus souvent associés à la fois à des utilisations récréatives et à des mesures visant à aider les gens à arrêter de fumer. Ce chevauchement des motivations commence à se séparer quelque peu lorsqu'on l'analyse sur la base du comportement. Parmi les personnes qui s'adonnent au vapotage, on distingue deux grandes catégories : celles qui le font pour réduire ou éliminer leur consommation de cigarettes et celles pour lesquelles l'activité procure un ou plusieurs autres bienfaits.
- Les principales raisons pour lesquelles les personnes qui vapotent choisissent de le faire sont l'arrêt du tabac (26 %), la réduction du stress et la détente (13 %) et la pression des pairs et des objectifs sociaux (11 %). Les principales raisons pour lesquelles les personnes qui ne vapotent pas à la nicotine choisissent de ne pas le faire comprennent les préoccupations sur la santé (33 %), le désir de cesser de fumer ou de vapoter avec de la nicotine (22 %) et le fait qu'elles ne s'y intéressent généralement pas (17 %). Les discussions de groupe avec les personnes qui vapotent ont renforcé les résultats du sondage et ajouté un peu de couleur aux idées exprimées. La plupart ont décrit avoir commencé par curiosité et avec un ou plusieurs amis qui avaient déjà vapoté et, dans presque tous les cas, leur première expérience a été d'utiliser un dispositif appartenant à quelqu'un d'autre. De nombreux participants ont dit apprécier l'aspect social et le soulagement du stress que leur procure le vapotage. En revanche, les participants qui fument actuellement ou qui ont fumé dans le passé étaient plus enclins à décrire leur motivation comme étant celle de cesser de fumer, généralement en remplacement de certaines, mais pas de toutes les cigarettes qu'ils fumeraient habituellement chaque jour. Ces personnes avaient tendance à citer plus souvent des aspects particuliers du vapotage qu'elles appréciaient : soit qu'il reproduisait plus fidèlement le mouvement de la main vers la bouche du fumeur et qu'il pouvait procurer une sensation de gorge raisonnablement similaire à celle qu'elles recherchent lorsqu'elles fument. La plupart des personnes qui vapotent ont commencé par curiosité parce qu'un ami ou une connaissance leur a fait découvrir cette pratique.
- En termes de santé, ni le vapotage ni le tabagisme ne sont des préoccupations majeures lorsqu'on leur demande de citer les problèmes de santé les plus urgents auxquels le Canada est actuellement confronté, aucun de ces problèmes n'ayant été mentionné par plus de 1 % des répondants. En ce qui concerne le vapotage en particulier, les répondants ont tendance à décrire leur niveau de connaissance des effets sur la santé comme étant au mieux modeste, mais que ce soit en dépit d'un manque de connaissances ou à cause de cela, la perception des dommages est assez répandue. Seuls 43 % des répondants ont estimé être informés des effets sur la santé des produits de vapotage contenant de la nicotine. Un nombre encore plus restreint (36 %) se considère comme informé des effets sur la santé du vapotage de produits contenant du cannabis, et encore moins (31 %) se considèrent comme informés des effets sur la santé du vapotage de produits contenant uniquement des arômes. Néanmoins, la majorité (69 %) estimait que les produits de vapotage contenant de la nicotine étaient extrêmement ou très nocifs. La moitié (50 %) des répondants estimaient que les produits contenant du cannabis étaient nocifs, et environ un tiers (38 %) étaient d'avis que les produits

ne contenant que des arômes étaient nocifs. Plus de la moitié (52 %) des personnes interrogées estimaient que le risque pour la santé des produits de vapotage est le même, quel que soit le niveau de nicotine.

- Dans l'ensemble, les répondants sont quelque peu divisés sur les dommages relatifs des produits de vapotage contenant de la nicotine par rapport à la cigarette. Par rapport à celle-ci, 40 % des répondants estimaient que les produits contenant uniquement des arômes sont moins nocifs, tandis que 30 % pensaient la même chose des produits contenant du cannabis et 20 % des produits contenant de la nicotine. Dans les groupes de discussion, les participants ont eu tendance à ajouter que si les effets à long terme sur la santé de la cigarette sont définitivement négatifs, connus et bien établis, il existe un certain degré d'incertitude en raison de l'absence d'antécédents ou de preuves d'effets à long terme liés au vapotage. Les membres des groupes qui fument actuellement ou qui ont fumé dans le passé étaient beaucoup plus catégoriques sur le fait que les effets nocifs du vapotage, quels qu'ils soient, ne seront probablement pas aussi graves que les effets nocifs associés à la cigarette.
- Il existe certaines différences d'opinions basées sur les comportements d'utilisation qui méritent d'être notées en termes de risques sur la santé perçus. Les répondants qui utilisent des concentrations de nicotine plus élevées (plus de 2 %) sont plus susceptibles de penser que les produits contenant de la nicotine sont moins nocifs (un peu nocifs ou pas nocifs du tout) que celles qui utilisent moins de 2 % de nicotine, voire pas du tout (**28 %** contre 18 % et 7 % respectivement). De même, les personnes qui vapotent une fois par mois ou moins ont nettement plus tendance à trouver les produits contenant de la nicotine extrêmement nocifs (**20 %**) que celles qui vapotent tous les jours (5 %).
- Le sentiment de crainte concernant les effets sur la santé associés au vapotage semble s'être développé relativement récemment. La moitié (47 %) des répondants estimaient que leur impression du danger associé au vapotage de produits contenant de la nicotine s'était aggravée. Deux répondants sur cinq (40 %) ont déclaré la même chose pour les produits de vapotage contenant du cannabis et 39 % pour les produits contenant uniquement des arômes. La principale raison pour laquelle les impressions sur les produits de vapotage ont changé au fil du temps était les rapports des médias, suivis par les nouvelles de personnes mourant ou tombant malades à cause du vapotage, et enfin l'idée que le vapotage cause des dommages et maladies pulmonaires. Les groupes de discussion ont mentionné le sentiment général que les nouvelles sur les maladies pulmonaires suscitaient de nouvelles inquiétudes quant à ce qu'elles mettaient dans leurs poumons, bien que les personnes qui fument actuels étaient moins enclins à se décrire comme découragés par ce même problème de santé émergent.
- En ce qui concerne la dépendance, les phases quantitative et qualitative ont montré que la plupart comprennent la nature addictive de la nicotine, que ce soit dans la cigarette ou dans les produits de vapotage qui contiennent de la nicotine. Cela dit, nombreux sont encore ceux qui pensent que même les produits de vapotage qui ne contiennent pas de nicotine créent une dépendance. Les produits de vapotage contenant de la nicotine sont de loin considérés comme les plus addictifs (83 %), suivis par les produits contenant du cannabis (67 %), et enfin les produits contenant uniquement des arômes (50 %). Lorsqu'on a demandé aux personnes qui vapotent si elles se considéraient comme dépendantes, la moitié (50 %) ont déclaré être très ou un peu dépendantes. Les personnes qui se considèrent comme très dépendantes au vapotage sont beaucoup plus nombreuses que les autres à penser que les produits contenant uniquement des arômes (28 %) ou de la nicotine (62 %) sont extrêmement nocifs. Dans les groupes de discussion, il convient de noter que pratiquement personne n'a déclaré vapoter des produits ne contenant pas de nicotine. Cela dit, de nombreux participants ont estimé que leur vapotage était une dépendance, certains l'ont décrite comme étant « déjà » une dépendance, puisque leur durée d'utilisation était de quelques années ou moins. Les membres des groupes qui se sont décrits comme dépendants n'appréciaient pas ce fait et estimaient qu'une dépendance à la nicotine était plus problématique qu'une dépendance à quelque chose comme

le chocolat, étant donné l'inconfort physique du cessation qui accompagne la tentative de cesser de consommer de la nicotine et qui, selon eux, n'est pas lié à une dépendance à quelque chose comme le chocolat.

Emballage

- Bien que la plupart des participants aux groupes de discussion décrivent leur premier contact avec le vapotage comme étant dans un cadre social et n'impliquant pas d'emballage, il est clair, d'après les groupes et les résultats du sondage, que l'exposition à l'emballage est assez répandue parmi ceux qui pratiquent le vapotage. Les trois quarts des répondants (75 %) ont acheté ou reçu leur dispositif de vapotage dans une boîte. Et deux tiers (65 %) ont acheté ou reçu leurs capsules ou liquides dans une boîte d'origine. Environ un tiers (30 %) des répondants qui vapotent gardent leur dispositif le conservent dans l'emballage d'origine. Ce chiffre passe à 39 % avec les capsules et liquides. La majorité des personnes de tous les groupes d'âge se débarrassent de leur emballage, bien que les personnes de 25 ans ou plus soient légèrement plus nombreuses à conserver leur produit dans son emballage d'origine (34 %).
- Les répondants qui vapotent tous les jours ont beaucoup plus tendance à dire que leur dispositif de vapotage (**96 %**) ou leurs capsules ou liquides (**79 %**) sont venus dans une boîte, par rapport à celles qui vapotent une fois par mois ou moins (66 % et 62 % respectivement). Dans les groupes de discussion, les personnes qui vapotent moins fréquemment avaient tendance à comprendre un grand nombre de personnes qui ne vapotent que socialement et quelques autres qui ne vapotent que des produits appartenant à d'autres, limitant ainsi leur exposition aux emballages.

Comportements actuels et passés

- Comme ce sondage porte sur un échantillon non probabiliste, tout résultat sur le comportement est utile pour recenser ceux qui se comportent d'une manière ou d'une autre et permettre la comparaison de groupes de répondants en fonction de leurs comportements, mais les résultats sur l'incidence ne sont pas des mesures fiables des proportions qui le font. Pour obtenir des informations statistiques sur la prévalence, veuillez consulter l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues (ECTAD, disponible à l'adresse <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/enquete-canadienne-tabac-alcool-et-drogues.html>).
- Compte tenu de la taille de l'échantillon du sondage et des populations suréchantillonnées, les sous-ensembles de répondants identifiés par leurs comportements fournissent des cellules de taille suffisante pour un examen statistique détaillé. Un répondant sur cinq (19 %) a fumé la cigarette au cours des 30 derniers jours, un sur dix (9 %) a vapoté avec de la nicotine, 6 % ont vapoté uniquement des arômes ou des produits de vapotage dont ils n'étaient pas sûrs de la teneur en nicotine, et 7 % ont vapoté du cannabis.
- La fréquence et la durée du tabagisme sont toutes deux beaucoup plus élevées que pour le vapotage. Parmi les répondants qui ont fumé au cours des 30 derniers jours, plus de la moitié (53 %) l'ont fait tous les jours, et la majorité d'entre eux fument depuis plus de 10 ans (56 %). Parmi les répondants qui ont vapoté avec de la nicotine au cours des 30 derniers jours, un quart (24 %) l'ont fait tous les jours, et la majorité (37 %) vapotent

avec de la nicotine depuis moins d'un an. La majorité des répondants qui vapotent le font une fois par jour (17 %), mais 13 % vapotent plus de 10 fois par jour.

- Parmi ceux qui ne fument ni ne vapotent, il y a un groupe important qui a de l'expérience avec la cigarette, mais beaucoup moins avec le vapotage. Parmi les répondants qui n'ont ni fumé ni vapoté avec de la nicotine au cours des 30 derniers jours, deux sur cinq (39 %) ont fumé dans le passé, et 8 % ont vapoté avec de la nicotine dans le passé. Étant donné le nombre d'années pendant lesquelles chaque comportement a été possible, il faut s'attendre à ce que le comportement qui a une plus longue histoire ait une plus grande proportion d'expérience.
- En ce qui concerne la nature des produits de vapotage, presque toutes les personnes qui vapotent le font avec des arômes (93 %) et la plupart des produits contiennent de la nicotine (67 % des personnes qui ne font que vapoter, et 84 % des doubles utilisateurs). En ce qui concerne les dispositifs de vapotage utilisés, le dispositif le plus courant est celui avec un réservoir que l'on remplit de liquide. Soixante-dix pour cent (70 %) des répondants ont déjà utilisé ce dispositif. Le deuxième dispositif le plus utilisé était celui avec des capsules ou cartouches préremplies (50 %), suivi des dispositifs jetables (36 %). Plus de la moitié de ceux qui vapotent le font avec une concentration de nicotine de 2 % ou plus (58 %), et un tiers (32 %) le font avec une concentration de nicotine supérieure à 20 mg/ml. Un tiers des répondants ont déjà utilisé des sels de nicotine (30 %), et un cinquième (19 %) en ont entendu parler, mais n'en ont jamais utilisé. Parmi ceux qui ont déjà utilisé des sels de nicotine, les avis sont partagés : 34 % préfèrent les sels de nicotine, tandis que 33 % préfèrent vapoter avec de la nicotine, mais pas les sels de nicotine.
- L'utilisation d'arômes est extrêmement courante et constitue pour beaucoup un facteur clé influençant leur comportement. Sur l'ensemble des répondants qui vapotent, seuls 2 % disent vapoter un produit non aromatisé, qu'il contienne ou non de la nicotine. L'arôme le plus populaire est le fruit (30 %), suivi de la menthe/menthol (17 %) et du tabac (11 %). Dans les groupes de discussion, les participants ont décrit les arômes comme étant plaisantes et qu'ils avaient tendance à avoir développé une affinité pour une ou plusieurs d'entre elles. Certains participants ont déclaré qu'ils ne vapoteraient pas du tout s'il n'y avait pas d'arômes et plusieurs des participants des groupes de discussion qui fument ont indiqué un certain malaise face au concept de vapotage sans arômes. Quelques-unes de ces personnes ont dit que l'arôme est l'un des aspects qui les aident à choisir de vapoter au lieu de fumer.
- Parmi ceux qui ont essayé d'arrêter de fumer, des proportions égales (19 % dans chaque cas) ont essayé de vapoter avec de la nicotine ou d'utiliser une thérapie de remplacement de la nicotine (p. ex., gomme à la nicotine, timbre à la nicotine, inhalateur de nicotine, etc.). Un nombre légèrement inférieur (12 %) a indiqué avoir essayé le vapotage sans nicotine. Un sur quatre (26 %) a déclaré avoir essayé d'autres moyens d'arrêter de fumer. Pour ceux qui ont essayé le vapotage pour arrêter de fumer, mais qui ont fini par recommencer à fumer, les raisons les plus courantes pour lesquelles ils sont revenus à la cigarette sont qu'il est difficile d'arrêter (17 %), que le vapotage ne fonctionne pas ou ne satisfait pas les besoins ou ne procure pas la même sensation (16 %), ou qu'ils souhaitent obtenir les effets que leur procure la cigarette (c.-à-d. réduction du stress/détente) (9 %). Pour ceux qui ont tenté d'arrêter de fumer en utilisant des produits de vapotage à base de nicotine, mais qui ont recommencé à fumer, lorsqu'on leur a demandé quelle méthode ils utiliseraient pour arrêter de fumer à l'avenir, la majorité des répondants ont choisi d'autres méthodes (63 %), bien qu'environ la moitié (48 %) aient déclaré qu'ils essaieraient une thérapie de remplacement de la nicotine et que moins d'un tiers (30 %) essaieraient de vapoter avec de la nicotine. Les groupes de discussion ont montré assez clairement que les personnes qui fument actuellement et celles qui fumaient auparavant et qui vapotent maintenant le font en grande partie pour réduire ou éliminer leur consommation de cigarettes. L'impact sur leur tabagisme varie, certains attribuant au vapotage le mérite de les avoir aidés à arrêter

de fumer, d'autres de les aider à réduire leur consommation et d'autres encore indiquant que le vapotage avec de la nicotine a ajouté à leurs comportements sans réduire leur consommation de cigarettes.

Indexation psychographique des comportements liés à la nicotine

- Le sondage contenait de nombreuses variables spécialement conçues pour permettre des comportements d'analyse psychographique. Il s'agissait notamment de l'auto-identification des traits de personnalité, des valeurs, des objectifs de vie et des activités que les gens apprécient pendant leur temps libre. En comparant la propension à un comportement ou un autre parmi ceux qui s'identifient à une caractéristique psychographique particulière avec la propension globale à ce comportement, des scores d'indice ont été créés pour relever les liens entre des comportements tels que le tabagisme et le vapotage et chaque caractéristique psychographique. Les résultats montrent qu'il existe clairement des liens entre les caractéristiques psychographiques et chacune des quatre catégories de comportement : fumer exclusivement, vapoter exclusivement, double usage et ni l'un ni l'autre. L'ensemble de données permet ainsi de dresser le profil d'un nombre quelconque de comportements ou de sous-ensembles de la population.
- Parmi les personnes qui sont plus susceptibles de **fumer exclusivement**, on trouve :
 - Celles qui ne sont pas satisfaites de leur vie, qui ont l'impression de ne pas progresser financièrement et qui se décrivent comme déprimées;
 - Celles qui valorisent la loyauté et respectent les traditions;
 - Celles qui ne parviennent pas à identifier un objectif de vie;
 - Celles qui disent que la chasse, la pêche et la boisson sont des activités qu'ils aiment faire.
- Parmi les personnes les plus susceptibles d'être **doubles utilisateurs**, on trouve :
 - Celles qui ne sont pas satisfaites de leur vie, qui ont l'impression d'avoir pris du retard sur le plan financier et celles qui sont optimistes;
 - Celles qui se décrivent comme étant à la mode, branchés, hédonistes, expérimentaux, déprimés, excités, paresseux, d'humeur changeante, névrosés et suiveuses;
 - Celles qui apprécient l'aventure ou la créativité;
 - Celles qui veulent être célèbres et qui veulent avoir un plan de carrière clair;
 - Celles qui identifient la boisson, les textos, les spectacles, les jeux et la chasse et la pêche comme des choses qu'ils aiment faire.
- Parmi les personnes les plus susceptibles de **vapoter exclusivement**, on trouve :
 - Celles qui ont une vision optimiste et qui ne sont ni satisfaits ni insatisfaits de leur vie;
 - Celles qui ne prêtent que peu ou pas d'attention à l'actualité;
 - Celles qui se décrivent comme hédonistes, branchées, à la mode, paresseuses, expérimentales, névrosées, pétillantes, d'humeur changeante, modernes, anxieuses, stressées, déprimées et suiveuses;
 - Ceux qui apprécient l'aventure et le succès;

- o Celles qui veulent être célèbres, qui veulent avoir un plan de carrière clair, qui veulent être reconnues par leurs pairs, qui veulent un emploi stable à plein temps et qui veulent se marier ou avoir un partenaire de vie;
- o Celles qui disent que les textos, la boisson, le magasinage, le jeu, les arts visuels, les médias sociaux, les spectacles et les sports sont des choses qu'ils aiment faire.

Entreprise de recherche :

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : HT372-192982/001/CY
Date d'attribution du contrat : 6 septembre 2019

J'atteste par la présente, en tant que représentant de Earnscliffe Strategy Group, que les produits livrables finaux sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada, telles que décrites dans la Politique sur les communications et les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions de l'électorat ou les évaluations du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé : 

Date : 24 février 2020

Doug Anderson
Partenaire, Earnscliffe