



Health
Canada

Santé
Canada

Recherche sur l'abandon du vapotage chez les adolescents et les jeunes adultes

Résumé

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Numéro de contrat : HT372-202821/001/CY

Valeur du contrat : 124 963,64 \$ (TVH comprise)

Date d'attribution : 29 juillet 2020

Date de livraison : 7 décembre 2020

Numéro d'enregistrement : POR 020-20

Numéro de projet de Santé Canada : POR 20-07

Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à l'adresse suivante
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

This report is also available in English.

Canada 

Recherche sur l'abandon du vapotage chez les adolescents et les jeunes adultes

Résumé

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Décembre 2020

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats des groupes de discussion menés par Earncliffe Strategy Group pour le compte du ministère de la Santé du Canada. La recherche qualitative a été menée en novembre 2020.

Cette publication est aussi disponible en anglais sous le titre : Youth and Young Adult Vaping Cessation Research.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du ministère de la Santé du Canada. Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à l'adresse suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

Numéro de catalogue : H14-359/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-38274-6

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 020-20)

H14-359/2021E-PDF (Rapport final, français)

978-0-660-38273-9

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de la Santé, 2021

RÉSUMÉ

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de présenter à Santé Canada ce rapport résumant les résultats de la recherche qualitative sur l'abandon du vapotage chez les adolescents et les jeunes adultes.

Des données récentes recueillies par le gouvernement du Canada ont montré une augmentation considérable de la prévalence du vapotage. L'augmentation relevée dans l'Enquête canadienne sur le tabac et la nicotine (ECTN) de 2019 semble être principalement due à l'utilisation de ces produits par les adolescents et les jeunes adultes. Grâce à des recherches supplémentaires, le gouvernement du Canada a découvert que 60 % des vapoteurs aimeraient arrêter à un moment donné, dont 35 % ont déclaré vouloir arrêter dans l'année qui vient. En ce qui concerne les adolescents, la cessation semble être moins prioritaire; les obstacles qui se posent à cet égard sont notamment les effets du sevrage et la pression des pairs. Ainsi, bien qu'il existe des recherches antérieures sur le comportement des Canadiens et Canadiennes face aux vapoteurs, Santé Canada aimerait explorer plus en profondeur les motivations des adolescents et des jeunes adultes à essayer d'arrêter de vapoter. Cette recherche vise également à aider Santé Canada à comprendre les besoins des adolescents et des jeunes adultes en ce qui concerne l'abandon du vapotage et le soutien dont ils ont besoin. Les résultats de la recherche serviront à renouveler et à mettre à jour le matériel de sensibilisation et de communication élaboré pour l'abandon du tabac à l'intention des adolescents de 12 à 18 ans, afin d'y inclure des éléments sur l'abandon du vapotage. En outre, les résultats de la recherche seront utilisés pour s'assurer que les adolescents et les jeunes adultes disposent des meilleurs outils et ressources pour arrêter de vapoter.

Les objectifs spécifiques de la recherche étaient de comprendre ce qui motive les adolescents et les jeunes adultes à arrêter de vapoter, ainsi que de déterminer quels outils et ressources sont les plus utiles pour aider les adolescents et les jeunes adultes à arrêter de vapoter. La valeur du contrat pour ce projet était de 124 963,64 \$, TVH comprise.

Pour atteindre ces objectifs, Earnscliffe a mené une vague complète de recherche qualitative impliquant une série de quatorze (14) groupes de discussion en ligne entre le 17 et le 23 novembre 2020. Les groupes ont été menés avec des résidents de sept villes canadiennes : St. John's, T.-N.-L.; Moncton, N.-B.; Montréal, QC; Toronto, ON; Regina, SK; Calgary, AB; et Vancouver, C.-B. Les groupes ont été menés avec des adolescents de 15 à 19 ans et des jeunes adultes de 20 à 24 ans. Les groupes avec les résidents de Montréal et Moncton ont été menés en français, les autres en anglais.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et d'opinion publique. La recherche sur les 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 de participants sélectionnés sur un sujet défini. En raison du petit nombre de participants, on ne peut pas s'attendre à ce que les participants soient parfaitement représentatifs, au sens statistique du terme, de la population plus large dont ils sont issus et les conclusions ne peuvent pas être généralisées de manière fiable au-delà de leur nombre.

Constatations générales

Les résultats ont été très cohérents en fonction de l'âge et de la langue. Sauf indication contraire, les conclusions de ce rapport sont communes à tous les publics et à toutes les langues; seules les différences notables sont mentionnées.

- Les habitudes de vapotage actuelles varient, bien que la majorité des participants aient vapoté tous les jours, un jour sur deux ou de manière occasionnelle la fin de semaine avec des amis dans un cadre social.
- Bien qu'il y ait eu quelques variations en termes de motivation pour le vapotage, l'influence des pairs et la prédominance du vapotage dans les milieux sociaux ont été significatives. Les participants ont indiqué qu'ils vapotaient parce que c'était : amusant/agréable (y compris l'attrait des saveurs); calmant/soulagement du stress; aidant à se concentrer; alternative acceptable à la cigarette/aide à réduire la consommation de cigarettes; et, pratique (car on peut le faire partout, y compris à l'intérieur).
- Les inconvénients associés au vapotage ont tendance à tourner autour des effets négatifs sur la santé (nausées pour certains, maux de gorge et difficultés respiratoires pour d'autres – particulièrement visibles pendant l'exercice ou le sport, maux d'estomac et perte d'appétit), du coût, de la dépendance et des désagréments (appareils qui coulent, remplacement des serpentins, etc.).
- Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient déjà essayé d'arrêter de vapoter ou de réduire la fréquence/la quantité de leur vapotage, plusieurs dans chacun des groupes d'adolescents (de 15 à 19 ans) et la moitié ou plus des jeunes adultes (de 20 à 24 ans) ont levé la main. Il semble que bon nombre d'entre eux n'aient pas perçu le besoin de réduire ou d'arrêter, arguant qu'ils ne vapotaient pas assez souvent ou qu'ils étaient moins susceptibles de souffrir de problèmes de santé étant donné leur âge. Mais le plus important était le sentiment de plusieurs participants qu'il serait assez facile d'arrêter (plus facile que d'arrêter de fumer la cigarette); bien que les jeunes adultes (de 20 à 24 ans) et/ou ceux qui vapotent plus fréquemment soient un peu plus dubitatifs. Davantage d'adolescents (de 15 à 19 ans) et/ou ceux qui vapotent moins fréquemment ont estimé qu'ils pourraient facilement arrêter s'ils le voulaient.
- Les raisons pour lesquelles ils ont essayé de réduire la fréquence ou la quantité de leur vapotage ou d'arrêter complètement étaient diverses : désir de réduire les dépenses, de se sentir mieux (en particulier ceux qui font du sport) et désir de limiter la dépendance.
- L'approche la plus courante pour cesser de vapoter est le « sevrage brutal », certains indiquant qu'ils ont délibérément jeté ou caché leurs appareils. D'autres ont parlé d'acheter moins souvent des dosettes ou des liquides de remplacement ou de passer à des appareils jetables.
- La majorité, surtout les jeunes adultes (de 20 à 24 ans), peuvent envisager un avenir où ils ne vapoteront plus. Cela a souvent été attribué à un désir d'inverser un ou plusieurs des inconvénients spécifiés, mais également un certain nombre de participants ont signalé le moment où ils veulent fonder une famille (ou être enceinte) comme une raison logique d'arrêter.

- La plupart se sont sentis capables d'arrêter par eux-mêmes, même si certains ont suggéré qu'ils pourraient aller voir des amis ou des membres de leur famille pour obtenir des conseils et/ou un soutien. Si les deux publics s'adressaient aux amis avant la famille, si quelqu'un devait s'adresser d'abord à la famille, c'était le plus souvent les jeunes adultes. Peu d'entre eux, voire aucun, se sont portés volontaires et ont fait appel à d'autres sources telles que les lignes téléphoniques d'aide au renoncement, les conseils en ligne, les applications mobiles, etc.

Réactions à l'abandon et matériel de campagne

Veuillez vous référer à l'annexe pour l'ensemble du matériel de campagne testé.

Raisons d'arrêter de fumer ou de vapoter (annexes A et B)

- Lorsqu'on leur a fourni une liste de raisons pour arrêter de fumer ou de vapoter, les participants ont convenu que les raisons étaient claires et faciles à comprendre et qu'il y avait au moins une raison à laquelle les participants pouvaient s'identifier.
- Toutefois, en ce qui concerne la présentation, certains ont estimé que s'ils avaient lu la liste combinée « Raisons d'arrêter de fumer et de vapoter » (annexe A), ils auraient supposé qu'elle s'adressait aux personnes qui fument la cigarette et non à celles qui vapotent, car bon nombre des raisons (p. ex., une odeur désagréable) ne semblaient pas s'appliquer à eux. La plupart ont indiqué qu'ils préféreraient que les raisons soient présentées séparément pour chaque produit (annexe B).
- Lorsqu'on leur a demandé s'il manquait quelque chose, les participants ont estimé que les raisons fournies étaient fortement axées sur les aspects sociaux et négligeaient de présenter les raisons (objectivement plus importantes) de santé pour arrêter de vapoter.

Comment allez-vous arrêter de fumer ou de vapoter (annexe C)

- Les réactions au graphique « Comment allez-vous arrêter de fumer ou de vapoter? » (annexe C), étaient contradictoires. Certains ont trouvé cela amusant et ont aimé suivre le tout pour voir où ils allaient aboutir. D'autres ont trouvé que c'était très chargé et légèrement déroutant. Cependant, l'idée de plans personnalisés basés sur votre propre situation était généralement attrayante.
- Tous ont eu tendance à apprécier le fait qu'il y avait un éventail de plans et il convient de noter que les plans présentés étaient généralement conformes aux approches utilisées par ceux qui avaient déjà essayé de réduire ou d'arrêter leur consommation ou qui envisageraient de le faire s'ils étaient intéressés par une telle démarche.
- Plusieurs ont déclaré qu'ils auraient aimé avoir plus d'informations sur chaque approche, mais ces préoccupations ont été apaisées lorsque les participants ont reçu des informations plus détaillées sur le plan n° 1 « Cesser de fumer ou de vapoter avec l'aide d'un(e) ami(e) » (annexe D) et le plan n° 2 « Réduire la consommation d'abord, puis cesser de vapoter » (annexe E).

- Contrairement à « Raisons d'arrêter de fumer et de vapoter » (annexe A), les participants ont préféré avoir un seul graphique (organigramme) pour le tabagisme et le vapotage plutôt que des graphiques séparés parce que les chemins étaient pratiquement les mêmes.

Plan n° 1 : Cesser de fumer ou de vapoter avec l'aide d'un(e) ami(e) (Annexe D)

- Bien que tous ne sont pas d'accord sur le fait que cette approche pourrait leur convenir, la plupart estiment que ce niveau de détail est un pas dans la bonne direction.
- Certains ont demandé plus de conseils et d'idées sur la façon dont un ami pourrait inciter quelqu'un qui vapote à arrêter de vapoter. Il y avait également une certaine incertitude et un certain malaise quant à la responsabilité que cette approche fait peser sur les autres pour leur succès. On a beaucoup discuté du type d'ami qu'il faudrait, notamment pour savoir si ce serait un avantage ou un inconvénient si l'ami ne vapotait pas (ou s'il n'envisageait pas aussi d'arrêter). Certains ont estimé qu'il serait peut-être préférable de confier cette responsabilité à un groupe ou à un conseiller.
- En ce qui concerne le ton et le langage utilisés, les participants des groupes d'adolescents et de jeunes adultes ont estimé que c'était un peu trop enfantin et que le gouvernement du Canada essayait trop de paraître cool (p. ex., la cig, les tape m'en cinq). Les participants ont suggéré un ton et un langage plus sérieux, non pointu ou accusateur.

Plan n° 2 : Réduire la consommation d'abord, puis cesser de vapoter (annexe E)

- Cette approche et son contenu ont été assez largement appréciés. Elle a été jugée utile et réaliste, et plusieurs participants ont dit que c'était le genre d'approche qu'ils adopteraient.
- Parmi les suggestions d'amélioration, on peut citer différentes façons de mesurer la diminution de l'utilisation (p. ex., en comptant la fréquence de remplacement des dosettes/serpentins achetés) plutôt que chaque bouffée ou « séance », ce qui semble irréaliste. Certains ont également indiqué qu'ils auraient préféré un peu plus de prescription d'objectifs concrets plutôt que l'utilisation de termes arbitraires tels que « moins » et « encore moins ».

Fiche de suivi (annexe F)

- Même parmi les quelques personnes sceptiques quant à l'utilisation de cette approche, les réactions à l'idée de l'enregistrement et du suivi des comportements étaient logiques et la grande majorité a estimé que cela pourrait être un outil utile.
- Quelques-uns ont fait remarquer qu'ils trouvaient intrigant de suivre l'« humeur », ce qui, pour ceux qui avaient essayé de réduire ou d'arrêter, correspondait à leur propre expérience. En plus des suggestions mentionnées ci-dessus, certains ont également suggéré de suivre le montant dépensé, ce qui, selon eux, donnerait une idée de ce que l'on pourrait économiser.

- En termes de format, la plupart semblent préférer une application mobile pour le suivi. Ils ont estimé qu'elle serait plus facile à utiliser, facilement accessible et peut-être plus discrète. Quelques participants (dans tous les groupes) ont estimé qu'il serait pratique d'avoir une carte de suivi sur papier et que cela les responsabiliserait davantage.

Titre du programme (annexe G)

- Les réactions aux deux titres du programme, « Vie100fumer/vapoter (Quit4Life) » ou « Mavie100fumer/vapoter (Quit4You) », ont été généralement tièdes. Tant les adolescents que les jeunes adultes, anglophones et francophones, ont décrit l'utilisation du chiffre 4 ou 100 comme « moche » et « gadget ». En français, certains participants étaient confus par l'utilisation du chiffre 100 et sa pertinence pour le programme.
- Quel que soit le public ou la langue, en termes de signification de chaque titre, la notion de « pour la vie » a été appréciée en raison de la permanence qu'elle exprime; et, peut-être une appréciation égale de la notion de « pour vous » en raison du sentiment plus personnel et de l'importance que cela représente pour la personne qui cherche à arrêter.

Messages (annexe H)

Les participants ont reçu deux séries de messages qui pourraient être utilisés dans le matériel de la future campagne sur le vapotage. La première série portait sur la cessation, la seconde sur la dépendance.

- En ce qui concerne la langue utilisée, tous les messages étaient clairs et faciles à comprendre, tant en anglais qu'en français.
- En ce qui concerne les différentes approches de communication utilisées, les participants ont eu tendance à aimer et à ne pas aimer tous les messages, ce qui suggère que l'utilisation de différentes approches peut être efficace pour atteindre un public plus large.
- Dans l'ensemble, tant les adolescents que les jeunes adultes ont eu tendance à préférer les messages relatifs à la cessation (en anglais et en français) et à y réagir plus favorablement. En fait, lorsqu'on leur a demandé de choisir un message qui les motiverait le plus à agir, la plupart ont eu tendance à choisir un message parmi cette série de messages.
- Le message « Prenez votre avenir en main. Laissez le vapotage derrière vous » a été de loin le plus apprécié. Les participants ont apprécié le fait qu'il soit bref, précis et responsabilisant, tout en étant une déclaration impérative qui n'est pas aussi autoritaire que d'autres.
- Les participants ont également réagi favorablement au message « Vous êtes inquiet pour la santé de vos poumons? C'est maintenant le temps d'arrêter de vapoter » Il mettait l'accent sur un risque important pour la santé lié au vapotage.

- Le message « Mettez-vous au défi de ne pas vapoter pendant un jour ou une semaine » a souvent été critiqué, mais seulement parce que cela semblait un objectif plutôt facile. Il a été remplacé par un mois ou simplement par « Mettez-vous au défi de ne pas vapoter », et les avis étaient plus favorables.
- L'approche de messages tels que « Qu'est ce qu vous manquez parce que vous avez "besoin" de vapoter? » « Pourquoi plonger dans une dépendance à la nicotine? » et « Pourquoi risquer une dépendance à la nicotine? Le buzz n'en vaut pas la peine » ont été quelque peu rebutants pour certains participants. Pour certains, cela revenait à dire que le gouvernement faisait trop d'efforts, tandis que d'autres trouvaient le ton quelque peu rabaissant. En même temps, certains ont apprécié certains de ces sentiments.

Entreprise de recherche :

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : HT372-202821/001/CY
Date d'attribution du contrat : 29 juillet 2020

Je certifie par la présente, en tant que représentante d'Earnscliffe Strategy Group, que les produits finaux sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada, telles que décrites dans la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et dans la *Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique*. 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 des performances d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé : 

Date : 7 décembre 2020

Stephanie Constable, partenaire, Earnscliffe