

POR-024-20
N° de contrat : HT372-202923/001/CY
Date du contrat : 21 août 2020
Valeur du contrat : 99 920,25 \$

Résumé

Les produits de vapotage de cannabis aromatisés : intérêt et consommation chez les jeunes et les jeunes adultes

Rédigé pour le compte
de Santé Canada
HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca

Mars 2021

Préparé par
The Strategic Counsel
15, av. Delisle, 3^e étage
Toronto, Ontario M4V 1S8
Tél. : (416) 975-4465 Téléc. : (416) 975-1883
Courriel : info@thestrategiccounsel.com
Site Web : www.thestrategiccounsel.com

This report is also available in English upon request.

Les produits de vapotage de cannabis aromatisés : intérêt et consommation chez les jeunes et les jeunes adultes

Résumé

Rédigé pour le compte de : Santé Canada

Fournisseur : The Strategic Counsel

Mars 2021

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par The Strategic Counsel pour le compte de Santé Canada. L'enquête a été menée auprès de 1 501 jeunes et jeunes adultes en octobre et en novembre 2020.

This publication is also available in English under the title: Final Report – Understanding Youth and Young Adults' Interest in, and Usage of, Flavoured Cannabis Vaping Products.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement, moyennant l'autorisation écrite préalable de Santé Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez-vous adresser à Santé Canada à HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca adresse suivante :

Direction générale des communications et des affaires publiques
Santé Canada
1576 – Édifice Jeanne Mance
200, promenade Églantine
Ottawa, ON K1A 0K9

Numéro de catalogue : H14-361/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-38406-1

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 024-20)

H14-361/2021E-PDF (Rapport final, français)

978-0-660-38405-4

I. Résumé

Résumé

A. Contexte et objectifs

La *Loi sur le cannabis* et le *Règlement sur le cannabis* ont pris effet au Canada le 17 octobre 2018, créant un nouveau cadre juridique pour le contrôle, la production, la distribution, la vente et la possession de cannabis au Canada. Alors que ce cadre juridique permet aux adultes d'avoir accès à un approvisionnement de cannabis de qualité contrôlée, la *Loi* elle-même interdit la vente de cannabis aux jeunes ainsi que tout produit, emballage, étiquetage et promotion susceptibles d'être attrayants pour eux. Le 26 juin 2019, Santé Canada a publié le *Règlement modifiant le Règlement sur le cannabis (nouvelles catégories de cannabis)*, qui énonce les règles gouvernant la production et la vente légales de trois nouvelles catégories de cannabis, dont les extraits de cannabis (p. ex., les vapoteuses au cannabis). Les mesures de contrôle réglementaire prévues visent à atténuer les risques pour la santé et la sécurité publiques associés à ces produits, y compris leur attrait potentiel auprès des jeunes. Elles comprennent notamment des restrictions sur les ingrédients des produits, sur la teneur en tétrahydrocannabinol (THC) permise et sur la promotion de certains arômes. Bien que les extraits de cannabis puissent contenir des agents aromatisants, il est interdit de faire la promotion d'un extrait de cannabis d'une manière qui pourrait faire croire qu'il possède des arômes de confiserie, de dessert, de boisson gazeuse ou de boisson énergisante. D'autres arômes, tels que les fruits et le menthol, sont cependant autorisés.

Le *Règlement sur le cannabis* modifié est entré en vigueur le 17 octobre 2019. Les magasins autorisés de certaines provinces ont ainsi commencé à offrir à leur clientèle adulte de nouveaux produits, entre autres des vapoteuses au cannabis, à compter de la mi-décembre 2019. Plusieurs provinces ont agi pour empêcher la vente de produits de vapotage de cannabis ou de produits de vapotage de cannabis aromatisés, ce qui explique que la présence de ces produits sur le marché légal soit relativement nouvelle et qu'elle varie considérablement d'une région à l'autre du pays. L'arrivée des produits de vapotage de cannabis sur le marché légal offre à Santé Canada une occasion unique d'examiner leur consommation et leur attrait chez certaines populations.

À titre de mode de consommation du cannabis, le vapotage gagne tout spécialement en popularité auprès des jeunes et des jeunes adultes, comme le révèlent l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues chez les élèves (ECTADE) de 2018-2019¹ et l'Enquête canadienne sur le cannabis de 2019 (ECC)². L'ECC nous apprend que le vapotage de cannabis au moyen d'accessoires portatifs (p. ex. les vapoteuses) ainsi que le « dabbing » (ou tamponnage, qui utilise également des extraits de cannabis destinés à être inhalés, comme la cire) font plus d'adeptes dans les tranches d'âge des 16 à 19 ans et des 20 à 24 ans que dans celle des 25 ans ou plus.

¹ <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/enquete-canadienne-tabac-alcool-et-drogues-eleves/2018-2019-sommaire.html>.

² <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/publications/medicaments-et-produits-sante/enquete-canadienne-cannabis-2019-sommaire.html>

Une étude réalisée par Santé Canada en 2018 sur les produits de vapotage à la nicotine a montré que les arômes sont un facteur clé qui influence l'expérimentation et la consommation chez les jeunes. Les arômes étaient la deuxième raison la plus souvent invoquée par les jeunes de 13 à 19 ans pour expliquer pourquoi ils avaient commencé à vapoter des produits contenant de la nicotine³. À ce jour cependant, on a peu étudié l'influence des arômes sur les jeunes et les jeunes adultes intéressés à vapoter du cannabis et la mesure dans laquelle les arômes conditionnent leurs attitudes à l'égard des produits de vapotage de cannabis et leur consommation.

La présente étude avait pour principal objectif de remédier à cette lacune en recueillant des informations auprès de jeunes et de jeunes adultes (âgés de 15 à 24 ans, qui vapotent des extraits de cannabis destinés à l'inhalation) sur leurs attitudes et leurs comportements face à ces produits, et sur la place que tiennent dans leur consommation les produits ayant un arôme autre que celui du cannabis. Bien qu'il soit possible de consommer des fleurs de cannabis séchées par vaporisation (parfois également appelée vapotage), notre étude se limitait au vapotage d'extraits de cannabis destinés à l'inhalation. Elle visait plus précisément à éclairer différents aspects de la consommation des produits de vapotage de cannabis et de l'attrait qu'ils exercent, soit :

- La fréquence à laquelle les répondants qui vapotent du cannabis consomment des produits dont l'arôme est différent de celui du cannabis;
- La question de savoir si les produits de vapotage de cannabis étaient les premiers produits de cannabis essayés ou si d'autres les avaient précédés, et si les répondants consommaient d'autres produits de vapotage, par exemple à base de nicotine, y compris dans leur version aromatisée;
- Les motivations, les éléments d'influence et les facteurs qui ont encouragé l'intérêt pour les produits de vapotage de cannabis et leur consommation, notamment la décision de commencer ou de continuer à consommer ces produits;
- Les arômes consommés, leur attrait et la mesure dans laquelle certaines indications comme la liste des ingrédients, le profil de terpènes ou le nom du produit suggèrent la présence d'un arôme;
- Les sources d'approvisionnement des produits de vapotage de cannabis sur le marché légal ou illégal;
- L'impact qu'aurait le fait de restreindre la vente de produits de vapotage de cannabis aromatisés sur l'intention de continuer à consommer des produits de cannabis;
- Les différences de comportement ou d'attitude exprimées en fonction d'une série de facteurs liés à l'identité (p. ex., le sexe, le genre, l'orientation sexuelle, l'âge, le lieu, l'ethnicité ou le niveau de scolarité déclarés par les répondants).

³ <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/programmes/consultation-reduire-accessibilite-attrait-produits-vapotage-jeunes-mesures-reglementaires-possible/document.html>.

B. Méthodologie

Cette étude a été menée du 19 octobre au 3 novembre 2020 auprès d'une population canadienne de 1 501 personnes composée de jeunes âgés de 15 à 17 ans (n=750) et de jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (n=751). Nous avons recouru à un panel en ligne représentatif à l'échelle nationale pour établir le profil des répondants et les sélectionner.

Puisque l'enquête ciblait un sous-groupe si restreint de la population, les quotas stricts reposaient seulement sur l'âge. De plus, l'intégration de quotas souples visait à obtenir un échantillon représentatif de répondants en fonction du genre, de la région et de la langue, conformément aux données les plus récentes publiées par Statistique Canada. Nous avons surveillé ces variables du sondage pendant tout le travail sur le terrain.

La section IX – Profil des répondants comprend des données démographiques de base sur les jeunes et les jeunes adultes qui ont pris part à l'enquête, y compris le sexe assigné à la naissance, le genre, l'orientation sexuelle, la région, la langue, le groupe ethnique, la scolarité, le revenu du ménage, la situation de logement ainsi que le type et la taille de la collectivité.

Tout au long du rapport, les tableaux présentent les résultats pour l'échantillon total ainsi qu'une ventilation à droite en fonction des principaux sous-groupes suivants :

- Genre : masculin/homme, féminin/femme (pour les besoins du présent rapport, sauf mention contraire, les termes « masculin », « féminin », « homme » et « femme » renvoient à l'identité de genre des participants);
- Âge : 15 à 17 ans et 18 à 24 ans;
- Catégorie de vapoteurs de cannabis : vapoteur fréquent (personne qui vapote du cannabis au moins un jour par semaine), vapoteur régulier (personne qui vapote du cannabis un à trois jours par mois), vapoteur occasionnel (personne qui vapote du cannabis moins d'un jour par mois, mais qui en a vapoté dans la dernière année) ou vapoteur infrequent (personne qui n'a pas vapoté de cannabis dans la dernière année).

Un sondage en ligne a été considéré comme l'approche la plus appropriée pour un éventail de raisons, dont les suivantes : la nature délicate du sujet, le besoin d'intégrer des explications et des descriptions détaillées au sondage, pour aider les répondants à mieux comprendre et prévenir les mauvaises interprétations pouvant nuire à la validité des données, de même que la faible incidence du groupe cible au sein de la population.

Une série de questions de sélection ont été posées pour cibler précisément les répondants qui avaient vapoté par le passé (le questionnaire complet du sondage peut être consulté à la section X). Conformément aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada et Santé Canada, le consentement d'un parent ou d'un tuteur a été obtenu en ce qui concerne la participation des répondants de 15 ans. Le sondage durait en moyenne 15 minutes, mais pouvait prendre de 8 à 39 minutes selon les différents produits de cannabis consommés par les répondants et leur expérience concernant la consommation de produits de vapotage de cannabis aromatisés.

Toutes les différences entre les sous-groupes indiquées dans le rapport sont considérées comme significatives, conformément aux résultats des tests t et tests Z appliqués respectivement aux moyennes et aux pourcentages.

La section VIII comprend d'autres renseignements sur la méthodologie du sondage.

C. Principales constatations

Bon nombre des jeunes et des jeunes adultes qui vapotent du cannabis le font fréquemment et dans différents contextes, principalement sociaux. La fréquence de consommation est associée à d'autres attitudes et comportements clés se rapportant à l'usage de cannabis, en particulier le fait d'avoir commencé à vapoter du cannabis à un âge relativement précoce.

Près des deux tiers des répondants sont des vapoteurs fréquents de cannabis (61 %), ce qui signifie dans le cadre de cette étude qu'ils ont consommé du cannabis un jour par semaine ou plus au cours des douze derniers mois. Par ailleurs, un répondant sur cinq (19 %) vapote du cannabis un à trois jours par mois.

- Les vapoteurs fréquents de cannabis sont présents en plus grandes proportions dans la cohorte des 15 à 17 ans (69 %) que dans celle des 18 à 24 ans (52 %), et chez les hommes (75 %) que chez les femmes (47 %).
- Les répondants ont commencé à vapoter du cannabis à des âges variables, mais un vapoteur fréquent sur cinq (20 %) s'y est initié avant l'âge de 13 ans.

La moitié des répondants (50 %) indiquent qu'ils consommaient déjà d'autres produits de cannabis avant de commencer à vapoter du cannabis.

- Plus du tiers (38 %) ont dit qu'il s'agissait des premiers produits de cannabis qu'ils commençaient à consommer, tandis qu'un peu plus du quart (29 %) utilisaient aussi des vapoteuses sans cannabis lorsqu'ils ont commencé à vapoter du cannabis.

Le vapotage de cannabis a cours dans toutes sortes de situations, aussi bien dans des contextes sociaux qu'en solitaire. Beaucoup de jeunes et de jeunes adultes mentionnent qu'habituellement, ils vapotent du cannabis avec des amis (65 %) ou lors de fêtes ou d'activités sociales (42 %). Cela dit, une forte proportion de répondants vapotent du cannabis lorsqu'ils sont seuls (47 %), tendance plus prononcée chez les vapoteurs fréquents (57 %) que chez ceux qui vapotent moins souvent.

- Le vapotage de cannabis au volant est relativement rare : seuls 6 % de tous les répondants ont déclaré avoir eu ce comportement, quoique cette proportion augmente légèrement chez les vapoteurs fréquents (9 %).

Les motivations qui ont suscité l'intérêt initial pour le vapotage de cannabis sont multiples. La curiosité générale se classe en tête (81 % disent que c'était un facteur assez important ou très important). L'influence des pairs occupe également un rang élevé (68 %), tout comme la perception voulant que le vapotage soit une solution de rechange plus sûre que le tabagisme (66 %). Cependant, le goût et l'odeur du produit (72 %) ainsi que l'accès à des produits qui ont un arôme différent de celui du cannabis (p. ex.,

melon, agrumes, raisin) (65 %) ont une solide place au classement des cinq facteurs de motivation jugés les plus importants.

Si l'importance accordée à chacun de ces facteurs varie quelque peu en fonction du genre, de l'âge et de la fréquence de consommation, tous se maintiennent néanmoins aux cinq premiers rangs (des huit facteurs évalués), quel que soit le sous-groupe.

- La possibilité de se procurer des produits ayant un arôme différent de celui du cannabis séduit tout particulièrement les vapoteurs fréquents (74 %), les hommes (71 % c. 61 % pour les femmes) et les plus jeunes (69 % pour les 15 à 17 ans; 61 % pour les 18 à 24 ans).
- L'arôme est également l'une des principales raisons expliquant que deux répondants sur cinq environ (42 %) choisissent de vapoter du cannabis plutôt que le consommer autrement, la première motivation citée, dans près de la moitié des cas (47 %), étant l'aspect pratique du vapotage. Un autre tiers (33 %) dit aimer pouvoir se procurer des produits aromatisés qui ne goûtent pas le cannabis.
- Enfin, bien que pour près de la moitié des répondants (46 %) le prix soit un facteur important au moment de choisir des produits de vapotage, l'arôme est le deuxième élément qu'ils citent le plus souvent (38 %). À noter que l'arôme est un facteur d'achat plus influent chez les jeunes (44 %) que chez les jeunes adultes (31 %).

Les produits de cannabis aromatisés, en particulier les produits aux arômes de fruits et de bonbon, sont très populaires auprès des répondants. Une bonne moitié (51 %) d'entre eux disent en consommer régulièrement, soit très souvent (33 %) ou toujours (18 %). La plupart, même ceux qui ont entre 15 et 17 ans, trouvent facile de se procurer ces produits, peu importe où ils vivent au Canada. Les répondants peuvent aisément déterminer si un produit de vapotage est aromatisé ou non, en consultant le nom ou la description du produit ainsi qu'à partir d'autres indications comme le nom de la souche, les informations obtenues en ligne, auprès d'un membre de la famille ou dans un magasin, la liste d'ingrédients et l'emballage.

La consommation régulière de produits de vapotage de cannabis aromatisés est plus importante dans la cohorte d'âge des 15 à 17 ans (58 % optent toujours ou très souvent pour ces produits) que dans celle des 18 à 24 ans (44 %). De plus, près de neuf répondants sur dix dans la plus jeune tranche d'âge (88 %) déclarent qu'il est assez facile ou très facile de les obtenir.

- Un peu plus de la moitié des répondants disent se procurer ces produits par des voies légales uniquement (51 %), mais une proportion non négligeable dit passer par des voies légales et illégales (28 %) ou seulement par des voies illégales (13 %).

Les arômes de prédilection varient, mais une majorité des vapoteurs de cannabis (57 %) ont essayé les produits aromatisés aux fruits et beaucoup ont également essayé les arômes de bonbon (40 %) et de menthe ou de menthol (34 %). Ils sont moins nombreux à avoir fait l'essai de produits aux arômes de dessert (25 %), de boisson gazeuse (20 %) ou de boisson énergisante (17 %).

- De nettes différences de genre sont observables pour ce qui est des arômes consommés et privilégiés. Les femmes sont plus susceptibles d'avoir essayé et de préférer les produits aromatisés aux fruits, au bonbon et au dessert.

Invités à imaginer ce qu'ils feraient s'il n'était plus possible d'acheter des produits de vapotage de cannabis aromatisés auprès d'un détaillant autorisé, la plupart des répondants indiquent, soit qu'ils continueraient à vapoter du cannabis (44 %), soit qu'ils arrêteraient de vapoter du cannabis mais consommeraient d'autres produits de cannabis (36 %). Un pourcentage plus modeste de répondants affirment qu'ils arrêteraient de vapoter du cannabis et passeraient à d'autres produits de vapotage aromatisés, par exemple contenant de la nicotine (17 %). Très peu croient qu'ils arrêteraient complètement de consommer du cannabis et ne consommeraient pas d'autres produits de vapotage (9 %).

Parmi les 44 % de répondants qui ont déclaré qu'ils continueraient à vapoter du cannabis si les produits de vapotage de cannabis aromatisés faisaient l'objet de restrictions, une proportion importante (66 %) ont indiqué qu'ils vapoteraient des produits de cannabis non aromatisés, tandis qu'un peu moins de la moitié (45 %) ont dit qu'ils achèteraient des produits de cannabis aromatisés auprès d'une source illégale. En ce qui concerne ces derniers répondants, toutefois, nous ne savons pas quel pourcentage s'approvisionnaient peut-être déjà à des sources illégales.

Le sondage comportait une courte série d'énoncés sur les attitudes visant à évaluer l'opinion générale des répondants concernant la consommation de cannabis et le vapotage de cannabis. Les énoncés mettent l'accent sur les bienfaits et les risques associés à la consommation et sur le contexte dans lequel elle a lieu. Les résultats montrent qu'une vaste majorité de répondants associent des avantages récréatifs et sociaux précis à la consommation de cannabis, et des avantages pour la santé au vapotage de cannabis, surtout par rapport au cannabis fumé (p. ex., 70 % sont d'accord pour dire que le vapotage est plus sûr). Par ailleurs, ils ont une assez bonne compréhension des risques liés à l'usage de cannabis, comme la dépendance et l'accoutumance ainsi que les problèmes de mémoire, d'apprentissage et de prise de décision (p. ex., 74 % sont d'accord pour dire que l'usage de cannabis peut causer de tels problèmes).

Nous avons effectué une analyse statistique poussée afin de préciser le profil des répondants en fonction de leur consommation de produits de vapotage de cannabis et de produits de vapotage aromatisés ainsi qu'en fonction de leur réaction à trois énoncés sur les attitudes face aux risques associés au cannabis. L'exercice a permis de définir trois niveaux de consommation : supérieure (33 % des répondants), moyenne (44 %) et inférieure (23 %).

Le groupe ayant une « consommation supérieure » se compose surtout de personnes hétérosexuelles, d'hommes, de jeunes âgés de 15 à 17 ans, de gens dont le revenu du ménage se situe entre 60 000 \$ et 100 000 \$ annuellement et de résidents de grandes villes et de régions urbaines. Fait intéressant, ce groupe est plus susceptible que les autres d'avoir commencé à vapoter à un jeune âge, d'indiquer que les produits de vapotage de cannabis étaient les premiers produits de cannabis consommés, et de désigner à titre de

facteurs d'influence importants le goût et l'odeur ainsi que l'accès à des produits ayant un arôme différent de celui du cannabis.

- Par rapport aux deux autres groupes, les répondants ayant une « consommation supérieure » sont plus enclins à citer, parmi les principales raisons qui les incitent à vapoter du cannabis plutôt qu'à le consommer autrement, le fait qu'ils en tirent un « high » plus fort (c.-à-d. des effets psychoactifs plus prononcés). Ce segment se démarque aussi par sa sensibilisation accrue aux publicités de cannabis et son usage du cannabis surtout dans un contexte social.

Nous avons également mené une analyse comparative fondée sur le sexe et le genre plus (ACFSG+) afin de permettre à Santé Canada d'examiner tout écart sur le plan des comportements ou des attitudes des répondants en tenant compte des recoupements entre le genre et une série d'autres facteurs d'identité tels l'orientation sexuelle, l'âge, la scolarité et la taille de la collectivité. Cette analyse, dont les résultats détaillés sont présentés à la section VII, a permis de dégager plusieurs différences sur le plan de la consommation et des comportements.

- Les répondants qui s'identifient au genre masculin et font partie de la cohorte des 15 à 17 ans étaient généralement plus susceptibles d'être des vapoteurs fréquents de cannabis, d'utiliser régulièrement des produits de vapotage de cannabis aromatisés, et d'être sensibles à des arômes autres que celui du cannabis ainsi qu'au goût et à l'odeur du produit. Grosso modo, les mêmes tendances se manifestent chez les personnes qui s'identifient au genre féminin et déclarent une orientation hétérosexuelle, par contraste avec les femmes en général.
- Bien qu'il y ait certains écarts selon la taille de la collectivité et le niveau de scolarité, aucune tendance véritable ne s'en dégage.

D. Conclusions

Les produits aromatisés suscitent l'engouement des jeunes âgés de 15 à 17 ans et des jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans qui vapotent du cannabis. Les produits de vapotage de cannabis aromatisés font l'objet d'une consommation régulière, et la majorité des répondants semblent se les procurer sans difficulté. Chez les jeunes et les jeunes adultes qui entrent dans la catégorie des vapoteurs fréquents de cannabis, l'expérimentation de ces produits est susceptible d'avoir débuté assez tôt. Les données montrent que les jeunes sont couramment initiés au vapotage de cannabis par leurs pairs, quoique la curiosité générale contribue aussi à l'envie de découvrir ces produits. En parallèle, il ressort clairement des résultats de cette étude que l'expérience sensorielle, plus précisément le goût, l'odeur et l'arôme des produits de vapotage de cannabis, est un facteur déterminant de la consommation initiale.

E. Limites de l'étude

Les limites de l'étude, notamment liées au sondage en ligne, à la composition de l'échantillon final et au public cible, sont abordées à la section VIII – Méthodologie.

Note au lecteur

À moins d'indication contraire, les résultats présentés dans ce rapport sont exprimés en pourcentages. Il peut arriver que les totaux ne correspondent pas à 100 %, les chiffres étant arrondis et certaines questions admettant plusieurs réponses.

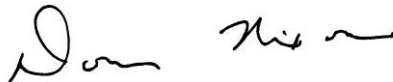
COMPLÉMENT D'INFORMATION

Fournisseur : The Strategic Counsel
Numéro de contrat : HT372-202923/001/CY
Date d'octroi du contrat : 21 août 2020
Valeur du contrat : 99 920,25 \$

Pour obtenir de plus amples renseignements sur cette étude, prière d'en faire la demande par courriel à HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca

Attestation de neutralité politique

À titre de cadre supérieure du cabinet The Strategic Counsel, j'atteste par la présente que les documents remis sont en tous points conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les documents remis ne contiennent 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.



Signature : _____