



Santé  
Canada

Health  
Canada

# Recherche qualitative de 2020 sur les options de mises en garde sur les cigarettes

## Santé Canada

*Sommaire*

Janvier 2021

### Préparé pour :

Santé Canada

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 24 août 2020

Date de livraison : janvier 2021

Valeur du contrat (TVH incluse) : 178 490,66 \$

Numéro du contrat : HT372-202964/001/CY

Numéro de ROP : 026-20

### 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.*

## **Recherche qualitative de 2020 sur les options de mises en garde sur les cigarettes**

### **Sommaire**

Préparé pour Santé Canada  
Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.  
Janvier 2021

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 d'une enquête qualitative. Au total, 28 discussions de groupe en ligne et une entrevue individuelle ont été menées avec des fumeurs au quotidien ou d'occasion, et des jeunes non-fumeurs. L'étude s'est déroulée du 13 octobre au 10 novembre 2020.

This publication is also available in English, entitled *Qualitative Research Exploring Options for Warnings on Cigarettes – 2020*.

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 :**  
H14-357/2021F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :**  
978-0-660-37585-4

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 026-20)**  
Numéro de catalogue : H14-357/2021E-PDF (rapport final en anglais)  
ISBN 978-0-660-37584-7

© Sa Majesté la reine du chef du Canada, représentée par la Ministre de la Santé du Canada, 2021

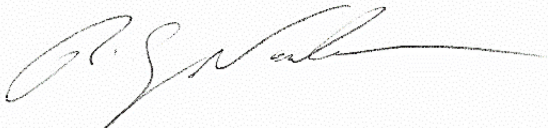


## Attestation de neutralité politique

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 centered on a white rectangular background with a fine grid pattern.

Rick Nadeau, président  
Le groupe-conseil Quorus Inc.

## Sommaire

### Contexte et objectifs de la recherche

Conformément à la Stratégie canadienne sur le tabac, le gouvernement du Canada a annoncé son objectif d'atteindre un taux de tabagisme inférieur à 5 % d'ici 2035. Le but est de réduire le nombre effarant de décès et de maladies attribuables au tabagisme. L'étiquetage des produits du tabac est une stratégie bien connue pour sensibiliser les usagers aux risques pour la santé et aux effets nocifs du tabagisme. Récemment, de nouvelles mesures visant à protéger les jeunes et toute autre personne des incitatifs à utiliser les produits du tabac ont été introduites avec la mise en œuvre de mesures pour une apparence neutre et normalisée des produits du tabac et de leur emballage.

En complément aux mesures actuelles d'étiquetage et d'apparence neutre et normalisée des emballages de produits du tabac, Santé Canada songe à utiliser des mises en garde sur le papier de manchette de chaque cigarette. Cette mesure vise à protéger les Canadiens, en particulier les jeunes, des incitatifs à utiliser les produits du tabac, et à sensibiliser davantage le public aux dangers pour la santé que représente le tabagisme.

Il s'agit d'une approche innovatrice à l'échelle planétaire. La base de recherche est actuellement limitée, en particulier dans le contexte canadien. Santé Canada a fait appel à Quorus pour mener une recherche qualitative à l'aide de groupes de discussion pour sonder les opinions envers les mises en garde sur les cigarettes, mesurer leur efficacité et évaluer les options d'affichage sur les cigarettes. De plus, Santé Canada examine présentement de nouveaux concepts d'étiquettes de mises en garde pour les paquets de cigarettes.

### Méthodologie

Le présent rapport contient les résultats de 28 discussions de groupe en ligne et d'une entrevue individuelle menées par Quorus du 13 octobre au 10 novembre 2020. Les participants ont été regroupés en quatre segments : les jeunes non-fumeurs de 15 à 19 ans, les jeunes fumeurs de 15 à 19 ans, les jeunes adultes fumeurs de 20 à 24 ans et les adultes fumeurs de 25 ans et plus. Au total, 188 personnes ont participé à la recherche. Les séances en anglais ont eu lieu à Toronto, Halifax/St. John's, Saskatoon/Regina, Vancouver, Nunavut et Alberta/Manitoba rural. Les séances en français se sont déroulées à Québec et Moncton.

La recherche qualitative a pour but de recueillir un large 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.

## Réactions au concept de mise en garde sur chaque cigarette

Nous avons présenté aux participants une série d'images de ce à quoi pourrait ressembler un emballage de cigarettes à l'avenir, dont un nouveau concept de mise en garde sur le devant de l'emballage, un nouvel emplacement pour le message d'information sur la santé comme prolongement du rabat supérieur, et des mises en garde sur le papier de manchette de chaque cigarette. Les participants ont d'abord été impressionnés par l'image qui figure sur l'emballage et le message affiché sur le papier de manchette de chaque cigarette.

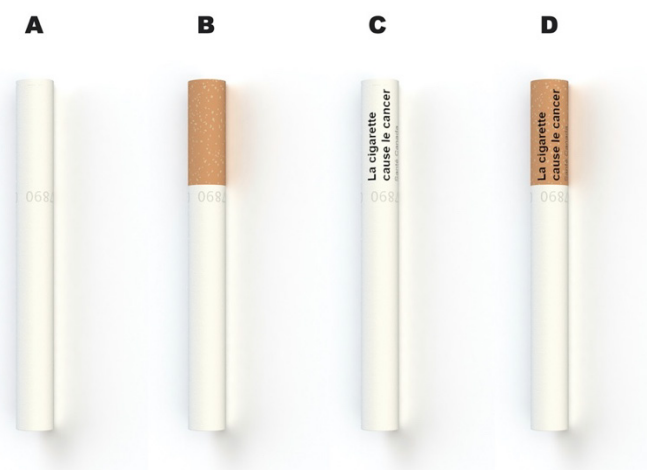
À la fin des séances, les participants en sont arrivés à la conclusion que l'ajout de mises en garde sur chaque cigarette venait compléter les messages de santé sur les paquets et les rendre plus percutants, en particulier pour les jeunes non-fumeurs, les jeunes fumeurs occasionnels et les jeunes fumeurs qui veulent arrêter de fumer. Ceux favorables à l'idée ont expliqué qu'il ne pourrait jamais y avoir trop de messages pour décourager le tabagisme. Ils ont ajouté qu'en étant visibles sur les papiers de manchette de cigarette, les messages auraient un impact durable sur les fumeurs. En revanche, quand l'information est limitée à l'emballage, la mise en garde est hors de vue une fois la cigarette est sortie du paquet. Certains jeunes étaient favorables à l'idée, compte tenu la manière dont les cigarettes passent d'une main à l'autre dans un contexte social, comme une fête ou un événement. Ils ont expliqué que dans la plupart de ces situations, ils ne voyaient jamais l'emballage et, par conséquent, n'étaient jamais exposés aux mises en garde imprimées sur le devant de celui-ci, alors que les messages sur les cigarettes les inciteraient à réfléchir aux risques du tabagisme et rendraient les cigarettes moins attrayantes.

Les participants ont reconnu qu'un élément social a influencé leur réaction au concept de message sur les cigarettes. Même si la plupart ont mentionné qu'ils se souciaient peu de l'opinion des autres, certains étaient d'avis que le message favoriserait la discussion sur l'abandon du tabagisme ou servirait d'argument supplémentaire à ceux qui veulent convaincre les fumeurs de cesser de fumer. Quelques participants ont exprimé le souhait que certains des messages présentés ne soient pas vus par les gens de leur entourage (p. ex., la cigarette nuit à la santé sexuelle, la cigarette nuit aux enfants).

Les participants qui fument régulièrement ont qualifié cette approche d'excessive, invoquant qu'il y avait suffisamment de mises en garde sur l'emballage. Même s'ils ont reconnu qu'ils liraient certainement le message sur les cigarettes la première fois, ils ont ajouté qu'ils l'ignoraient sans doute par la suite. Les fumeurs ont souligné qu'ils étaient au courant des dangers du tabagisme pour la santé et que tout message additionnel sur les cigarettes elles-mêmes aurait peu d'influence, voire aucune, sur leur décision de continuer à fumer. Bien que certains jeunes et adultes fumeurs n'avaient pas l'impression que les messages auraient un impact sur leur propension à fumer, quelques-uns croyaient que ces messages parviendraient à dissuader les jeunes. Quelques participants ont mentionné que les messages seraient plus efficaces s'ils avaient

un effet de motivation au lieu d'être informatifs (p. ex., « Écrase ! », « Est-ce que ça en vaut la peine? » ou « Tu peux arrêter ! »).

**Figure A – Concepts présentés aux participants pour illustrer ce à quoi les cigarettes pourraient ressembler à l'avenir**



#### Attrait des cigarettes avec mises en garde

Nous avons discuté de l'attrait des cigarettes avec mises en garde avec tous les participants. Nous leur avons présenté une image représentant quatre cigarettes, dont deux dans les formats actuellement vendus au Canada – une avec un filtre blanc et l'autre, avec un filtre d'aspect liège. Les deux autres cigarettes étaient similaires, mais chacune d'elles comportait un message sur le filtre. Lorsque nous leur avons demandé quelle était la cigarette qu'ils seraient le moins tentés de fumer, les participants ont été nombreux à choisir celle avec la mise en garde sur le filtre d'aspect liège, suivi de la cigarette avec la mise en garde sur le filtre blanc. Le texte imprimé était un facteur déterminant dans le choix de la cigarette qu'ils seraient le moins tentés de fumer ou d'être vus en train de la fumer.

De façon générale, les participants ont choisi la cigarette à filtre blanc sans message comme étant celle qui semblait la moins nocive, surtout pour son design épuré et le fait qu'elle était entièrement blanche et ne comportait aucune mise en garde.

#### Revue des messages sur les cigarettes

L'efficacité des messages lorsqu'il s'agit de 1) mettre en garde les participants quant aux dangers associés à la cigarette et 2) les dissuader de fumer a fait l'objet de discussions avec tous les participants. Nous leur avons présenté les 18 messages suivants qui pourraient figurer sur le filtre

de chaque cigarette. Ces messages étaient regroupés en trois thèmes pour les fins de la discussion. L'ordre de présentation variait d'un groupe à l'autre.

Thème A	Thème B	Thème C
<p><b>A1.</b> La cigarette cause des maladies</p> <p><b>A2.</b> La cigarette endommage vos organes</p> <p><b>A3.</b> La cigarette nuit à tout le monde</p> <p><b>A4.</b> La cigarette cause la bronchite chronique</p> <p><b>A5.</b> La cigarette cause le cancer</p> <p><b>A6.</b> La cigarette nuit aux enfants</p>	<p><b>B1.</b> La cigarette cause le cancer du foie</p> <p><b>B2.</b> La cigarette cause l'emphysème</p> <p><b>B3.</b> La cigarette nuit à la santé sexuelle</p> <p><b>B4.</b> La cigarette cause le cancer du pancréas</p> <p><b>B5.</b> La cigarette cause la leucémie</p> <p><b>B6.</b> La cigarette cause le cancer de la lèvre</p>	<p><b>C1.</b> 7 000 produits chimiques dans chaque bouffée</p> <p><b>C2.</b> Du poison dans chaque bouffée</p> <p><b>C3.</b> La fumée du tabac contient du poison</p> <p><b>C4.</b> La fumée secondaire est toxique</p> <p><b>C5.</b> Chaque cigarette est nocive</p> <p><b>C6.</b> La cigarette crée une dépendance</p>

#### *Réactions communes parmi tous les thèmes*

Les messages proposés ont suscité des réactions communes parmi les participants. La majorité d'entre eux ont considéré que tous les messages étaient, à tout le moins, assez efficaces en ce qui concerne les mises en garde et leur effet dissuasif. De plus, il a été déterminé que l'efficacité d'un message à mettre en garde contre les dangers du tabagisme était un bon indicateur de son efficacité à dissuader quiconque de fumer. Plus un message est performant sur un critère, plus il le sera sur l'autre.

Les participants étaient plus enclins à considérer les messages qui présentent de l'information précise ou des problèmes de santé graves (p. ex., la cigarette cause la leucémie) comme étant plus efficaces pour les mettre en garde contre les dangers pour la santé et les dissuader de fumer, comparativement aux messages qui contiennent de l'information à caractère général (p. ex., la cigarette cause des maladies). Les messages précis qui contenaient aussi de l'information nouvelle ont produit de l'effet sur les participants.

Les jeunes non-fumeurs avaient tendance à croire que tous les messages étaient valables et crédibles. Les fumeurs de tous âges étaient plus nombreux à dire que certains messages ne devraient pas être utilisés par Santé Canada, en raison de leur inefficacité. Ils ont fait valoir que ces messages étaient de nature trop générale, qu'ils étaient surutilisés ou contenaient de l'information généralement connue.

Les participants ont pour la plupart ignoré les messages qui faisaient mention d'un problème de santé qui leur était inconnu.

Tous les messages ont été perçus comme crédibles. La crédibilité était généralement basée sur la perception que l'information véhiculée était bien connue; les participants avaient souvent entendu ce message sur le tabagisme ou avaient remarqué qu'il provenait de Santé Canada. Les participants de tous âges ont admis que Santé Canada était une autorité reconnue et une source d'information crédible.

#### *Commentaires spécifiques aux messages du thème A*

Les participants, en particulier les femmes et certains jeunes, avaient l'impression que les messages A3 (la cigarette nuit à tout le monde) et A6 (la cigarette nuit aux enfants) étaient convaincants puisqu'ils les incitaient à réfléchir aux effets de la cigarette sur les gens de leur entourage et non seulement sur eux.

Le caractère spécifique du message A2 (la cigarettes endommage vos organes) en a fait un choix populaire pour son efficacité de mise en garde contre les dangers pour la santé et son effet dissuasif.

L'allusion à la bronchite chronique a également touché une corde sensible chez certains, même si plusieurs ne connaissaient pas cette condition. Pour quelques-uns, la bronchite chronique n'est pas une conséquence suffisamment grave de la cigarette pour qu'ils réfléchissent deux fois avant de fumer.

Bon nombre de participants ont classé le message A5 (la cigarette cause le cancer) comme étant efficace, bien que de l'avis de tous, il s'agissait d'un message à caractère général qui ne contenait aucune nouvelle information. Un autre exemple de message à caractère général jugé inefficace par les participants est le A1 (la cigarette cause des maladies).

#### *Commentaires spécifiques aux messages du thème B*

Les messages B1 (la cigarette cause le cancer du foie), B4 (la cigarette cause le cancer du pancréas), B5 (la cigarettes cause la leucémie) et B6 (la cigarette cause le cancer de la lèvre) ont été perçus comme étant efficaces en raison du caractère spécifique de l'information qu'ils transmettent (tous parlent de cancer). Les participants ont choisi celui qui les interpellait le plus, soit parce qu'ils connaissaient quelqu'un qui avait eu ce type de cancer, ou parce qu'ils étaient au courant de la gravité du cancer en question.

Le message B6 (la cigarette cause le cancer de la lèvre) est parmi l'une des mises en garde les plus efficaces quant à son effet dissuasif parmi les femmes, y compris les jeunes. Elles ont expliqué que le cancer de la lèvre était la seule maladie parmi celles présentées qui aurait un impact sur leur apparence physique, alors que les autres maladies causent des dommages internes.



De nombreux participants, en particulier les jeunes fumeurs et les non-fumeurs, ont été touchés par le message B3 (la cigarette nuit à la santé sexuelle). Bien que bon nombre d'entre eux ignoraient de quelle façon la cigarette pouvait nuire à leur santé sexuelle, cette information était à la fois nouvelle et pertinente. Ils ont ajouté que ce n'était pas le type de message qu'ils voudraient faire connaître à leur entourage.

De nombreux participants, surtout les jeunes fumeurs et les non-fumeurs, n'avaient jamais entendu parler d'emphysème, ce qui a diminué l'efficacité du message B2 (la cigarette cause l'emphysème).

### *Commentaires spécifiques aux messages du thème C*

Le message C1 (7 000 produits chimiques dans chaque bouffée) a été de loin le plus percutant et le plus efficace de sa catégorie. En plus de fournir de l'information nouvelle, son message est très puissant. Le chiffre « 7 000 » combiné à la référence à « chaque bouffée » a fait réfléchir bon nombre de participants aux dangers du tabagisme. Certains fumeurs ont remis en question la crédibilité du message – ils avaient l'impression que « 7 000 » semblait trop parfait ou trop farfelu pour être crédible.

Les messages contenant le mot « poison » ont attiré l'attention de nombreux participants, bien que certains avaient aussi l'impression que l'énoncé « du poison dans chaque bouffée » (C2) ressemblait trop à un slogan publicitaire pour être vraiment pris au sérieux.

Presque tous les participants étaient d'avis que le message C5 (chaque cigarette est nocive) est celui que Santé Canada devrait laisser de côté, en raison de son caractère général et du fait qu'il contient de l'information généralement connue.

Le message C6 (la cigarette crée une dépendance) a été reconnu pour son efficacité parmi les non-fumeurs qui, en combinant cette information aux autres messages de la catégorie, ont admis que les effets néfastes de la cigarette peuvent persister bien au-delà de la première cigarette.

### *Revue des éléments graphiques des messages apposés sur les cigarettes*

Le format et la façon de présenter les mises en garde sur le papier de manchette de chaque cigarette ont fait l'objet de discussions avec les participants. Bon nombre d'entre eux avaient l'impression que les mises en garde sur les cigarettes avec filtre blanc étaient plus faciles à lire que celles sur les filtres d'aspect liège. Ceux qui étaient en désaccord ont fait valoir que le filtre d'aspect liège faisait ressortir le texte, le rendant ainsi plus visible et facile à lire.

Invités à choisir la cigarette qu'ils seraient le moins tentés de fumer, presque tous les participants ont choisi celle avec la mise en garde en gros caractères gras, qui rendent le texte plus facile à lire et la cigarette, moins attrayante.

Dans presque tous les cas, ce sont les cigarettes avec les mises en garde sur le filtre blanc, en petits caractères ou au texte moins lisible, qui semblaient les moins nocives.

### Attribution du message

De façon générale, les participants s'entendaient pour dire que la provenance des messages – Santé Canada – ajoutait de la crédibilité aux messages. Santé Canada a été perçue comme l'autorité la plus compétente au Canada pour diffuser ces messages. Même ceux pour qui la provenance de ces messages n'avait aucune influence sur leur perception de l'information étaient d'accord. Seulement quelques-uns participants étaient d'avis qu'en apposant son nom sous chaque message, Santé Canada risquait qu'on la perçoive comme approuvant la cigarette ou le tabagisme.

### Revue des concepts de mises en garde

Au total, quatre mises en garde pour les emballages de cigarettes ont été présentées aux participants. La plupart d'entre eux ont reconnu l'efficacité des concepts à les informer des dangers pour la santé et des effets nocifs du tabagisme, mais ont jugé que les images en atténuaient l'impact. Pour tous les concepts présentés, la plupart des participants étaient d'avis que les images devaient les choquer, mais qu'aucune d'elles n'y était parvenue, principalement parce qu'elles n'avaient pas l'air réelles.

En ce qui concerne les autres aspects de la conception des étiquettes, les participants ont indiqué que les couleurs vives utilisées pour les mises en garde, comme le fond jaune derrière le texte et le fond orange pour la banderole « AVERTISSEMENT » étaient efficaces et attiraient l'attention, contrairement à ce qu'on voit actuellement sur les paquets de cigarettes.

Les participants avaient une nette préférence pour les textes concis en gros caractères qui transmettent un message puissant. D'après eux, bon nombre des concepts présentés comportaient trop de texte, ce qui les dissuaderait de le lire au complet. De plus, pour être percutant et attirer l'attention, le titre doit être spécifique et idéalement, fournir de nouvelles informations.

Essentiellement, l'information sur la ligne d'aide (c.-à-d. le numéro sans frais, l'adresse Web et le titre qui annonce les services d'aide au renoncement) était bien visible, facile à lire et bien placée. De nombreux fumeurs se sont réjouis de voir l'information bien en vue sur le devant de l'emballage, contrairement à ce qu'on voit présentement sur les paquets de cigarettes.

Les participants ont jugé que l'information fournie dans ces concepts de mises en garde était crédible et simple à comprendre.

Les commentaires spécifiques à chacune des mises en garde sont présentés ci-dessous.

### Mise en garde A : Chaque cigarette est nocive

**Impression générale :** Ce concept a suscité des avis partagés. Certains participants l'ont classé au dernier rang en termes d'efficacité, principalement en raison du texte. C'était le cas notamment des plus âgés, pour l'information était bien connue.

**Image :** Bien que pour certains, l'image de style radiographie était à la fois innovante et pertinente, d'autres ne l'ont pas trouvée percutante. Même si le vert utilisé pour représenter la maladie ou le poison a semblé plaire à quelques participants, plusieurs autres ne l'ont pas trouvé approprié, associant plutôt cette couleur à la nature ou à un feu vert qui signifie « qu'on peut y aller ». Les participants ont suggéré d'utiliser une image représentant un organe endommagé par la cigarette, qui serait beaucoup plus appropriée et efficace.

**Texte :** Selon les participants, le titre n'était pas efficace, parce qu'il était trop général et ne fournissait aucune nouvelle information. En revanche, le sous-texte était plus intéressant et aurait dû être mis de l'avant. Bon nombre de participants ont supposé que le tabagisme endommage uniquement les poumons. L'information selon laquelle les produits chimiques pénètrent dans le sang pour s'étendre aux autres organes était nouvelle, pertinente et percutante.

### Mise en garde B : La cigarette cause le cancer de l'estomac

**Impression générale :** Pour plusieurs, ce concept était le plus efficace des quatre, principalement pour la nature plus « graphique » de l'image. D'autres éléments ont contribué à son efficacité : le caractère spécifique de l'information, sa nouveauté pour plusieurs, le texte concis et la combinaison texte et image qui fonctionnait particulièrement bien.

**Image :** L'image a été considérée comme étant la plus graphique de tous les concepts présentés. Néanmoins, quelques participants ont suggéré d'utiliser l'image d'un estomac pour attirer davantage leur attention et les dissuader de fumer. Quelqu'un d'autre a suggéré d'illustrer plus clairement le lien entre le tabagisme et le cancer en ajoutant une cigarette ou de la fumée sur l'image.

**Texte :** Pour la majorité des participants, le titre était accrocheur en raison des mots « cancer de l'estomac » en rouge sur fond jaune vif. L'information était nouvelle pour la plupart des participants et complétait bien l'image pour transmettre un message clair. Bien que le texte était simple à comprendre, certains ont suggéré que le fait de mentionner que la maladie « peut durer plusieurs années » pouvait annuler le sentiment d'urgence associé à l'abandon du tabagisme.

### Mise en garde C : La cigarette est nocive et crée une dépendance

**Impression générale :** Les jeunes avaient l'impression que ce concept s'adressait à eux, rendant l'information encore plus pertinente. Tous les autres, jeunes adultes et adultes fumeurs, ne sont pas sentis concernés.

**Image :** Bon nombre de participants n'ont pas compris le message que l'image tentait de transmettre. La plupart avaient l'impression qu'on devrait la remplacer pour son absence de lien clair avec le tabagisme. Selon eux, cette image pouvait s'appliquer à une variété d'autres conditions ou maladies (p. ex., maux de tête, dépression). Quelques participants ont proposé d'utiliser l'image d'un vrai cerveau pour créer plus d'impact.

**Texte:** Certains participants ont indiqué que le titre n'était pas très efficace puisque selon eux, tout le monde sait déjà que la cigarette crée une dépendance et qu'elle est nocive. Quelques-uns étaient d'avis que le titre n'avait aucun lien direct avec le texte en dessous. Encore une fois, on a jugé que le sous-texte était plus intéressant et percutant que le titre, en plus de fournir de la nouvelle information. Certains ont suggéré que la première phrase du sous-texte pourrait inciter les jeunes à fumer : « 10 secondes après avoir pris une bouffée, la nicotine atteint votre cerveau ».

### Mise en garde D : Du poison dans chaque bouffée

**Impression générale :** Cette mise en garde s'est classée au deuxième rang pour son efficacité, principalement pour la présentation et les couleurs utilisées, et la cohésion entre l'image, le titre et le sous-texte.

**Image :** L'image de style radiographie a capté l'attention et suscité l'intérêt parmi les participants. Le choix des couleurs (la nuance de brun) a été perçu comme plus efficace que le vert du concept A, pour une image similaire.

**Texte :** L'utilisation et l'emphase sur le mot « poison » ont particulièrement plu aux participants. D'autre part, le sous-texte n'était pas particulièrement percutant et n'a fourni aucune nouvelle information. Quelques participants n'ont pas vu de lien entre la phrase « La nicotine pousse les gens à continuer à fumer » et le titre.

Les participants ont débattu pour savoir s'il serait préférable d'inclure le texte et l'image dans le même encadré ou des encadrés distincts (comme les concepts B, C et D). L'avantage de les réunir, comme ici, est qu'on semble créer une meilleure cohésion à l'intérieur du concept. Le désavantage, c'est que certains ont préféré l'impact visuel des couleurs vives derrière le texte dans les autres concepts.

### Mise en garde concernant la recherche qualitative

La recherche qualitative vise à obtenir des points de vue et à trouver une orientation plutôt que des mesures qualitatives qu'on peut extrapoler. Le but n'est pas de générer des statistiques, mais d'obtenir l'éventail complet des opinions sur un sujet, comprendre le langage utilisé par les participants, d'évaluer les niveaux de passion et d'engagement, et d'exploiter le pouvoir du groupe pour stimuler les réflexions. Les participants sont encouragés à exprimer leurs opinions, peu importe si ces opinions sont partagées par d'autres.

En raison de la taille de l'échantillon, des méthodes particulières de recrutement utilisées et des objectifs de l'étude eux-mêmes, il est clair que la tâche en question est de nature exploratoire. Les résultats ne peuvent être extrapolés à une plus vaste population, pas plus qu'ils ne visaient à l'être.

Plus particulièrement, il n'est pas approprié de suggérer ni de conclure que quelques (ou de nombreux) utilisateurs du monde réel agiraient d'une façon uniquement parce que quelques (ou de nombreux) participants ont agi de cette façon au cours des séances. Ce genre de projection est strictement l'apanage de la recherche quantitative.

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

**Numéro du contrat : HT372-202964/001/CY**

**Date d'octroi du contrat : 24 août 2020**

**Valeur du contrat (TVH incluse) : 178 490,66 \$**

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