



Santé
Canada

Health
Canada

Enquête de référence sur la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques

Sommaire

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro du contrat : HT372-213550/001/CY

Valeur du contrat : 73 980,14 \$ (incluant les taxes applicables)

Date d'attribution du contrat : 2021-06-24

Date de présentation du rapport : 2021-09-12

Numéro d'enregistrement : POR # 019-21

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

This report is also available in English.

Canada 

Enquête de référence sur la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques

Rapport final

Préparé par Santé Canada

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Septembre 2021

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené auprès de 1 872 participants âgés d'au moins 18 ans qui, au moment du travail sur le terrain, résidaient dans des régions du Canada où le risque de développer la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques est plus élevé et qui passaient du temps à l'extérieur. Les participants comprenaient des parents d'enfants de moins de 15 ans, des amateurs de plein air, des personnes exposées en raison de leur travail, des résidents de régions rurales et des personnes ayant des animaux de compagnie. Le travail sur le terrain a été effectué du 4 au 15 août 2021.

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière de communiquer avec Santé Canada à l'adresse :

HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca ou à :

Direction générale des communications et des affaires publiques
Santé Canada
200, promenade Eglantine, édifice Jeanne-Mance
AL 1915C, Pré Tunney
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Numéro de catalogue :

H14-384/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

ISBN 978-0-660-40348-9

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 019-21) :

Numéro de catalogue (rapport final, version anglaise) H14-384/2021E-PDF

ISBN 978-0-660-40347-2

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

Also available in English under the title : *Baseline Survey on Lyme Disease and Other Tick-Borne Diseases*

Sommaire

Santé Canada a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) de mener une enquête de référence auprès des Canadiens afin de mesurer leur niveau de sensibilisation et leurs connaissances à l'égard de la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques.

1. But et objectifs de la recherche

La maladie de Lyme est l'une des maladies infectieuses qui se propagent le plus rapidement au Canada et elle est la maladie à transmission vectorielle la plus fréquemment signalée en Amérique du Nord. L'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) a mis au point, en collaboration avec des partenaires, une campagne nationale d'éducation et de sensibilisation aux tiques et à la maladie de Lyme. L'objectif de la présente recherche était de fournir des données probantes et des renseignements clés pour orienter l'élaboration de la prochaine stratégie de marketing triennale visant à renseigner les Canadiens. Les objectifs de la recherche étaient a) d'évaluer les connaissances générales des Canadiens concernant les morsures de tiques, la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques, ainsi que leurs attitudes, leurs moyens de prévention, leurs perceptions et leurs comportements pour éviter les morsures de tiques; et b) de recueillir des informations sur la meilleure façon de renseigner les populations dans les régions à risque pour la maladie de Lyme et de communiquer avec elles.

2. Méthodologie

Un sondage en ligne de 15 minutes a été administré à 1 872 adultes¹ âgés de 18 ans et plus qui résident dans des régions comportant un risque plus élevé pour la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques² et qui passent du temps à l'extérieur, y compris des parents d'enfants de moins de 15 ans, des amateurs de plein air³, des personnes exposées en raison de leur travail⁴, des résidents de régions rurales⁵ et des propriétaires d'animaux de compagnie (chat et/ou chien). Il s'agissait d'un échantillon non probabiliste tiré d'un panel commercial en ligne; par conséquent, les résultats ne peuvent être extrapolés à la population générale. Le travail sur le terrain a été effectué du 4 au 15 août 2021.

3. Principaux constats

La grande majorité des participants ont entendu parler de la maladie de Lyme.

Près de neuf répondants sur 10 (89 %) ont déclaré avoir entendu parler de la maladie de Lyme. Le niveau de sensibilisation à la maladie de Lyme est plus élevé chez les résidents des régions rurales (94 %), les propriétaires d'animaux de compagnie (91 %) et les personnes considérées comme des amateurs de plein air (91 %). Parmi les participants ayant entendu parler de la maladie de Lyme, la

¹ La taille cible de l'échantillon était de 2 000 participants. Le travail sur le terrain s'est terminé prématurément en raison de la 44^e élection générale.

² Cela a été déterminé en fonction des codes postaux. Santé Canada a fourni une liste des codes postaux situés dans les régions à risque élevé.

³ Le groupe comprend les personnes qui jardinent, font de la randonnée, courent sur des sentiers, font du sport à l'extérieur ou font du camping trois fois ou plus au cours d'une année typique.

⁴ Cela inclut les personnes dont le travail les oblige à passer la majeure partie ou la totalité de la journée à l'extérieur.

⁵ Cela comprend les régions rurales (moins de 1 000 personnes) et les petits centres de population (1 000 à 29 999 personnes).

plupart ont été mis au courant grâce à l'actualité locale (53 %) et à des membres de la famille et des amis (40 %).

Les répondants possèdent un niveau de connaissances modéré concernant la maladie de Lyme et les tiques.

Lorsqu'on leur a demandé de manière ouverte comment ils pensaient que les gens développaient la maladie de Lyme, environ les deux tiers (65 %) des répondants ont correctement répondu que la maladie de Lyme se développe à la suite d'une morsure de tique. Une personne sur cinq (20 %) ne sait pas comment la maladie de Lyme est contractée.

La grande majorité des répondants croient que la visite d'un site extérieur expose une personne au risque de se faire mordre par une tique (91 %), même dans les régions urbaines et les banlieues (86 %). De plus, les deux tiers des personnes sondées pensent que l'on peut retrouver des tiques dans leur région (67 %). Dans l'ensemble, les amateurs de plein air, les résidents des régions rurales et les propriétaires d'animaux de compagnie savaient en général davantage où l'on retrouve des tiques.

Alors que de nombreux répondants ont affirmé savoir comment la maladie de Lyme se développe et où l'on retrouve la majorité des tiques, moins de la moitié (47 %) sauraient quoi faire s'ils se faisaient mordre par une tique ou si une personne qu'ils connaissent subissait le même sort. Les résidents des régions rurales du pays (59 %) et les amateurs de plein air (49 %) sont les plus susceptibles de dire qu'ils sauraient quoi faire en cas de morsure de tique.

Les répondants qui sauraient comment gérer une morsure de tique ont été interrogés, de manière ouverte, sur les mesures qu'ils prendraient. Une grande proportion (45 %) d'entre eux ont déclaré qu'ils consulteraient un médecin. Des proportions similaires de répondants ont indiqué qu'ils retireraient la tique ou l'enlèveraient en tirant dessus (27 %) ou à l'aide d'une pince à épiler (25 %). Lorsqu'on leur a demandé plus tard d'identifier la meilleure façon de retirer une tique, sept personnes sur 10 (70 %) ont déclaré que l'utilisation d'une pince à épiler est le meilleur moyen.

De nombreux participants s'inquiètent, du moins modérément, de développer la maladie de Lyme et croient que le sujet constitue un enjeu important.

Les deux tiers (67 %) des répondants s'inquiètent, du moins modérément, de développer la maladie de Lyme. Les préoccupations concernant la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques sont plus intenses chez les personnes à risque d'exposition en raison du travail (76 %), les parents (75 %), les propriétaires de chiens (74 %) et les amateurs de plein air (69 %).

Neuf personnes sur 10 (91 %) considèrent que la maladie de Lyme et les maladies transmises par les tiques constituent un problème important pour les Canadiens et six sur 10 (60 %) croient que la maladie de Lyme ne reçoit pas suffisamment d'attention. Les répondants qui vivent dans des régions rurales sont plus susceptibles de dire que la maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques représentent un sujet de discussion important pour les Canadiens (94 % contre 90 % des citadins).

De nombreux participants croient savoir comment se protéger contre les morsures de tiques.

En ce qui concerne la prévention, six personnes sur 10 (60 %) ont déclaré savoir comment se protéger contre les morsures de tiques. Les résidents des régions rurales, les propriétaires d'animaux de compagnie et les amateurs de plein air connaissent mieux les mesures de protection que les autres répondants.

Environ neuf répondants sur 10 prennent au moins une mesure de précaution pour se protéger contre les morsures de tiques. Les mesures préventives les plus fréquemment mentionnées comprennent le port d'un pantalon (70 %), éviter les secteurs où l'on retrouve des tiques (69 %), l'inspection corporelle pour repérer des tiques (65 %) et le port d'un chandail à manches longues (63 %). Parmi les personnes qui utilisent du chasse-moustiques pour prévenir les morsures de tiques (n=984), la majorité (62 %) se servent d'un chasse-moustiques à base de DEET. Les zones les plus courantes pour l'appliquer sont les jambes (89 %), les bras (87 %), le cou (77 %) et les mains (67 %).

De plus, il y a peu d'obstacles à la prise de mesures pour prévenir les morsures de tiques. La moitié (51 %) des répondants qui ne prennent pas de mesures préventives ont déclaré qu'il n'y avait aucune raison; ils n'ont tout simplement rien fait pour réduire le risque d'être piqués par une tique. Les répondants qui ont invoqué des raisons précises, ou des obstacles, ont fait mention du manque d'information (24 %) et du coût pour acheter des vêtements de plein air appropriés (3 %). D'autres ne pensent pas qu'il y a des tiques là où ils habitent (12 %), ne considèrent pas les tiques comme une menace (7 %) ou ont confiance qu'ils ne se feront pas mordre (5 %).

Près de la moitié des répondants (44 %) ont tenté d'obtenir de l'information sur la maladie de Lyme.

Quarante-quatre pour cent des répondants ont tenté d'obtenir de l'information sur la maladie de Lyme ou autres maladies transmises par les tiques et 12 % supplémentaires ne l'ont pas fait mais prévoient le faire dans les prochaines semaines. Les personnes à risque d'une exposition en milieu de travail (58 %), les propriétaires d'animaux de compagnie (49 %), les résidents des régions rurales (48 %) et les amateurs de plein air (46 %) sont plus susceptibles d'avoir cherché des renseignements sur la maladie de Lyme ou autres maladies transmises par les tiques. Parmi les répondants qui ont tenté d'obtenir ce type d'information, les trois quarts (75 %) désiraient de l'information sur les symptômes de la maladie de Lyme ou autres maladies transmises par les tiques. Des proportions plus petites et similaires ont déclaré avoir cherché des informations sur les sujets suivants : la prévention (63 %), le traitement (61 %) ainsi que les régions où l'on retrouve des tiques (60 %).

En général, les répondants ont des impressions positives des documents publicitaires.

La grande majorité des répondants sont plutôt ou fortement d'accord pour dire que l'information contenue dans le dépliant est facile à comprendre (94 %), que la conception graphique attire l'attention (89 %) et que l'information est pertinente sur le plan personnel (88 %). De plus, après avoir vu le dépliant d'information, neuf personnes sur 10 (91 %) se sentaient plus confiantes quant à la façon de se protéger contre les morsures de tiques. En ce qui concerne la bannière publicitaire Web, huit sur 10 sont plutôt ou fortement d'accord pour dire que l'information est pertinente (80 %) et que la conception graphique et le texte attirent l'attention (79 %). Près des trois quarts (73 %) ont déclaré vouloir en savoir plus sur les tiques et la maladie de Lyme après avoir vu l'annonce. Il n'y a pas eu de consensus en ce qui concerne les « stories » Instagram, bien que la

quatrième « story » (« chaussettes ») ait été classée au premier rang par la plus grande proportion, soit 34 %.

4. Limites de la recherche

Les résultats des enquêtes, comme celle-ci, qui utilisent des échantillons tirés de panels en ligne ne peuvent pas être extrapolés à la population cible et aucune estimation de l'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée parce que l'échantillon est formé de répondants qui ont décidé volontairement de participer à l'étude.

5. Utilisation des résultats

Les résultats de cette recherche seront utilisés par le gouvernement du Canada pour mieux comprendre les connaissances liées à la prévention des morsures de tiques, les attitudes, les obstacles et les facteurs qui influencent les comportements. Les résultats serviront à guider et à valider l'orientation, les messages et les produits de la campagne nationale d'éducation et de sensibilisation aux tiques et à la maladie de Lyme, ainsi que les moyens et tactiques de communication préférés.

6. Déclaration de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont 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 particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.

Signature :



Alethea Woods, présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

7. Valeur du contrat

La valeur du contrat s'élevait à 73 980,14 \$ (incluant la TVH).