



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

# Points de vue de Canadiens et utilisation de produits de santé naturels, de médicaments sans ordonnance et de produits de santé contenant du cannabidiol

*Rapport sur les résultats*

**Préparé à l'intention de Santé Canada**

**Nom de la firme de recherche : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**

**Numéro de contrat : CW2333896**

**Valeur du contrat : 80 704,60 \$**

**Date d'attribution des services : 16 août 2023**

**Date de livraison des services : 27 février 2024**

**Numéro d'enregistrement : ROP 059-23**

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à [hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca).

*This report is also available in English*

Canada

# Points de vue de Canadiens et utilisation de produits de santé naturels, de médicaments sans ordonnance et de produits de santé contenant du cannabidiol

## Rapport sur les résultats

### Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : **LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**

Date : Février 2024

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par les Associés de recherche EKOS Inc. pour le compte de Santé Canada. L'étude de recherche a été menée auprès de 2 575 Canadiens et Canadiennes pendant le mois de décembre 2023.

This publication is also available in English under the title: *Canadians' Views and Use of Natural Health Products, Non-Prescription Drugs and Health Products Containing Cannabidiol*.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Pour toute autre utilisation, veuillez obtenir au préalable une permission écrite de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à :

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca) ou à :

Santé Canada, CPAB  
200 Promenade Eglantine, Pré Tunney  
Édifice Jeanne Mance, AL 1915C  
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

**Numéro de catalogue** : H14-599/2024F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-71471-4

**Publications connexes** (numéro d'enregistrement : ROP 059-23)

**Numéro de catalogue** : H14-599/2024E-PDF (English Report)

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-71470-7

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2024

# TABLES DES MATIÈRES

<b>Liste des tableaux</b>	4
<b>Liste des graphiques</b>	4
<b>Sommaire</b>	5
A. Contexte et objectifs	5
B. Méthodologie	6
C. Principales constatations	6
D. Note aux lecteurs	8
E. Certification de neutralité politique	10
<b>Résultats détaillés</b>	11
A. Caractéristiques de l'échantillon	11
B. Produits de santé naturels et médicaments vendus sans ordonnance	13
C. Produits de santé contenant du cannabidiol (CBD)	32
<b>Annexes</b>	35
A. Détails méthodologiques	35
B. Questionnaire	40

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Fréquence d'utilisation

Tableau 2 : Obstacles à l'utilisation de codes QR en magasin

Tableau 3 : Réaction indésirable et personnes-ressources à qui signaler la réaction indésirable

Tableau 4 : Taux de réponse

Tableau 5 : Tableau démographique

## LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Fréquence de réponse d'un décideur principal

Graphique 2 : Incidence d'une maladie chronique ou d'une allergie

Graphique 3 : Incidence de l'utilisation

Graphique 4 : L'étendu des renseignements sur les risques et avantages

Graphique 5 : Perceptions au sujet de l'innocuité des produits de santé naturels

Graphique 6 : Confiance dans les produits de santé naturels

Graphique 7 : Lieu d'achat de produits de santé naturels et de médicaments sans ordonnance

Graphique 8 : Renseignements recherchés sur les étiquettes des produits

Graphique 9 : Accès à des données mobiles et probabilité d'utiliser un code QR en magasin

Graphique 10 : Type de renseignements recherché sur un site Web

Graphique 11 : Probabilité d'acheter un produit de santé contenant du cannabidiol (CBD)

Graphique 12 : Lieu préféré pour l'achat de produit de santé contenant du CBD

# SOMMAIRE

## A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

La Direction des produits de santé naturels et sans ordonnance (DPSNSO) de Santé Canada a commandé ce sondage en ligne à l'intention de consommateurs canadiens afin d'évaluer leurs connaissances, leurs attitudes, leur niveau de sensibilisation et leurs comportements en lien avec les produits d'autosoins, plus particulièrement avec les produits de santé naturels (PSN), les médicaments vendus sans ordonnance (MVSO) et les produits de santé contenant du cannabidiol (PSCC).

Il existe un éventail de produits d'autosoins commercialisés auprès des Canadiens qui sont disponibles indépendamment de l'obtention de conseils d'un professionnel de la santé ou d'une ordonnance. Bien que certains PSN et MVSO aient des profils de risque semblables, ils sont réglementés différemment et les consommateurs peuvent percevoir leurs risques différemment.

Dans son Cadre d'autosoins, Santé Canada est en train de revoir et de mettre à jour l'approche de réglementation sur les produits d'autosoins. Santé Canada travaille à l'élaboration d'une approche fondée sur le risque en matière de surveillance réglementaire pour tous les produits d'autosoins, et la recherche actuelle appuiera les futures politiques et approches réglementaires relatives aux PSN et aux MVSO.

La *Loi sur le cannabis de 2018* permet la vente de cannabis à des fins récréatives tout en maintenant l'accès au cannabis à des fins médicales et aux médicaments d'ordonnance contenant du cannabis. À l'heure actuelle, la seule voie légitime vers le marché des PSCC est un médicament sur ordonnance. Toutefois, des PSCC illicites sans ordonnance sont disponibles en magasin et en ligne, ce qui amène des Canadiens à acheter ces produits non réglementés pour traiter des maladies. L'approche réglementaire proposée pour les PSCC s'appuiera sur les recommandations du Comité consultatif scientifique sur les produits de santé contenant du cannabis, et permettra l'accès sans ordonnance à des PSCC sûrs, efficaces et de haute qualité.

Les objectifs de cette recherche sont de recueillir des données sur le niveau actuel de connaissances, sur les attitudes, sur le niveau de sensibilisation et sur les comportements des consommateurs canadiens à l'égard des produits d'autosoins, et d'utiliser ces données pour

orienter les politiques et les approches réglementaires en ce qui concerne les PSN, les MVSO et les PSCC.

## B. MÉTHODOLOGIE

Le sondage a été mené du 5 au 19 décembre 2023 auprès de 2 575 Canadiens et Canadiennes âgés de 18 ans et plus. Cet échantillon probabiliste recruté de façon aléatoire présente une marge d'erreur de +/-1,9 %. La marge d'erreur des segments clés de chaque échantillon oscille entre +/- 5 % et +/- 10 %. La source de l'échantillon est un panel Probit interne de Canadiens sélectionnés au hasard. Par conséquent, les résultats peuvent être extrapolés à la population de Canadiens âgés de 18 ans ou plus. Il était possible de répondre au questionnaire du sondage en ligne (85 %) ou au téléphone (15 %) dans les deux langues officielles. En moyenne, le sondage durait 13 minutes en ligne et de 18 minutes au téléphone. Le taux de réponse global à l'enquête a été de 12 %. L'annexe A présente de plus amples détails sur la méthodologie du sondage.

## C. PRINCIPALES CONSTATATIONS

### Utilisation de PSN et de MVSO

- Une fois une définition présentée, 73 % et 65 % des répondants du sondage disent utiliser des PSN et des MVSO, respectivement. L'utilisation est légèrement plus élevée chez les femmes que chez les hommes.
- Parmi les utilisateurs de PSN, 57 % déclarent en utiliser de façon quotidienne, alors que cette proportion est de 31 % chez les utilisateurs de MVSO. Pour les deux types de produits, la fréquence d'utilisation est plus élevée chez les répondants âgés de plus de 55 ans.
- Un peu plus de la moitié des Canadiens, dont 65 % des utilisateurs de produits, estime posséder les renseignements dont elle a besoin sur les MVSO en ce qui concerne les avantages et les risques. En revanche, 36 % des Canadiens, dont 43 % des utilisateurs de produits, estiment avoir les renseignements dont ils ont besoin sur les avantages et les risques des PSN.
- En ce qui concerne le lieu où les consommateurs achètent le plus souvent ces produits, 73 % des répondants du sondage affirment que les pharmacies sont l'endroit où il est le plus probable qu'ils achètent des MVSO. Cette proportion est de 49 % dans le cas des PSN. Les épiceries et les grands magasins sont également des lieux communs pour un Canadien sur trois lorsqu'il est question de PSN et de MVSO. Les magasins spécialisés dans les aliments naturels ou les produits de santé naturels sont utilisés par 27 % pour l'achat de PSN.

## Perceptions au sujet de l'innocuité des PSN

- Trois Canadiens sur quatre (73 %) estiment que les fabricants de PSN sont responsables de l'innocuité du produit. Un peu plus de la moitié (53 %) estime que Santé Canada est responsable de l'innocuité des PSN.
- Le tiers (34 %) est d'avis que les allégations relatives aux effets sur la santé du produit doivent être vraies si elles figurent sur l'étiquette, bien que 43 % ne soient pas d'accord avec cette affirmation. Seule une personne sur cinq (19 %) croit qu'un produit naturel est plus sécuritaire parce qu'il est fabriqué avec des ingrédients naturels, alors que la moitié des Canadiens (49 %) ne sont pas d'accord.
- Alors que 31 % des Canadiens se disent confiants aux PSN, 26 % ont estimé que leur confiance était faible (et 40 % se disent moyennement confiant). La confiance est plus élevée chez les utilisateurs de ces produits (37 %).

## Étiquettes de PSN et de MVSO

- La plupart des Canadiens consultent les étiquettes des PSN ou des MVSO pour connaître le mode d'emploi, y compris la posologie (82 %). Deux personnes sur trois (68-69 %) recherchent également des allégations relatives à la santé et des mises en garde concernant le produit. Les ingrédients médicinaux et non médicinaux intéressent également 61 % et 47 % des répondants respectivement, tandis que d'autres renseignements, comme des renseignements concernant l'entreposage sont recherchés par 42 % des personnes interrogées.
- Parmi les 84 % des Canadiens ayant accès à des données sur un appareil mobile, 25 % déclarent qu'ils seraient susceptibles d'utiliser un code QR pour accéder aux renseignements se trouvant sur l'étiquette d'un produit en magasin avant de faire un achat. Vingt-trois pour cent affirment qu'ils seraient moyennement susceptibles de le faire, mais la moitié dit qu'elle serait peu encline. Cette proportion passe à 61 % chez les 65 ans et plus.
- La raison que les répondants évoquent le plus souvent pour expliquer ne pas utiliser un code QR en magasin est que cela prend trop de temps (42 % des personnes qui ne souhaitent pas le faire) et qu'ils ne veulent pas utiliser leur téléphone en magasin (20 %), alors que trois personnes sur dix croient qu'il est trop compliqué de consulter de l'information en ligne (17 %) ou qu'elles ne savent pas comment utiliser un code QR (13 %).

## Réaction indésirable aux PSN et aux MVSO

- Un peu moins d'un Canadien sur dix déclare avoir eu une réaction indésirable après avoir utilisé un MVSO (9 %) ou un PSN (8 %). Parmi ceux qui en ont eu une, un peu plus de la moitié affirme ne pas l'avoir signalée (53 % de ceux ayant eu une réaction à un MVSO et 60 % de ceux dont l'effet est lié à un PSN). Les professionnels de la santé sont les personnes-

ressources à qui les Canadiens ont le plus tendance à signaler des effets indésirables (35 % pour les MVSO et 20 % pour les PSN).

### Produits de santé contenant du cannabidiol (CBD)

- Si des produits de santé contenant du CBD étaient vendus sans ordonnance, la moitié des Canadiens (49 %) seraient susceptibles (29 %) ou moyennement susceptibles (20 %) d'en acheter. Quarante-six pour cent déclarent qu'il serait peu probable qu'ils achètent un produit de santé contenant du CBD.
- Les pharmacies (82 %), suivies des détaillants de cannabis autorisés (50 %), sont les endroits privilégiés pour acheter des produits de santé contenant du CBD. Environ une personne sur trois préférerait en acheter dans un magasin d'aliments naturels (36 %), ou encore dans une épicerie ou un grand magasin (31 %).

## D. NOTE AUX LECTEURS

Les sections ci-dessous contiennent les résultats détaillés de l'étude. Les résultats globaux sont présentés dans la section principale du rapport et sont normalement appuyés par un graphique ou une présentation tabulaire des résultats. Des textes à puces sont également utilisés pour mettre en évidence des différences statistiques importantes entre des sous-groupes de répondants. Si aucune différence n'est soulignée dans le rapport, cela signifie que la différence n'est, statistiquement parlant, pas significative<sup>1</sup> par rapport aux résultats globaux ou qu'il est considérée comme trop petite pour être digne de mention.

Les résultats pour la proportion de répondants de l'échantillon qui ont répondu « je ne sais pas » ou qui n'ont pas fourni une réponse peuvent ne pas être indiqués dans la représentation graphique des résultats dans tous les cas, particulièrement lorsqu'ils ne sont pas appréciables (p. ex., 10 % ou moins). Aussi, il est possible que les résultats ne donnent pas cent pour cent en raison des arrondissements. Le questionnaire de l'enquête se trouve à l'annexe B.

Certaines définitions étaient fournies aux répondants du sondage, notamment les suivantes :

**Produits de santé naturels (PSN) :** Ces produits sont fabriqués à partir d'ingrédients naturels utilisés pour rétablir ou maintenir la santé et peuvent être achetés sans ordonnance au Canada. Des exemples de produits de santé naturels sont les vitamines/les suppléments, les minéraux, les produits probiotiques, les remèdes à base de plantes médicinales, les produits homéopathiques et les produits de médecine traditionnelle, comme la médecine chinoise ou la médecine ayurvédique, et la médecine

---

<sup>1</sup> Dans la mesure du possible, un test du chi carré et un test T standard ont été mis en application. Les différences notées étaient importantes à une proportion de 95 pour cent.



traditionnelle à base de plantes. En outre, certains dentifrices et désinfectants pour les mains peuvent également être classés comme des PSN.

**Médicaments vendus sans ordonnance (MVSO) :** Ces produits sont également appelés médicaments en vente libre, sont des produits de santé qui peuvent être achetés sans ordonnance d'un médecin. Par exemple, certains médicaments pour soulager la douleur (par voie orale ou topiques), des médicaments contre la toux et le rhume, et les médicaments contre les allergies.

**Produits homéopathiques :** Produits de santé naturels sont un type de produit fondé sur l'homéopathie, une pratique fondée sur le principe qu'une maladie et ses symptômes peuvent être guéris par un produit connu pour provoquer des symptômes similaires. Par exemple, un ingrédient comme l'*Allium cepa* (l'oignon commun) serait indiqué, après avoir été préparé homéopathiquement, pour soulager des symptômes comme les yeux larmoyants et les éternuements, puisqu'il peut causer ces symptômes sous sa forme non traitée. Les produits homéopathiques sont constitués de substances provenant de plantes, de minéraux et d'animaux, et se présentent sous diverses formes telles que des granules, des gouttes orales, des sirops, des crèmes et des onguents.


**Médecine traditionnelle :** Cette catégorie comprend la médecine traditionnelle chinoise, la médecine ayurvédique et la médecine traditionnelle à base de plantes. La médecine traditionnelle fait référence aux connaissances, techniques et pratiques se fondant sur des théories, croyances et expériences propres à diverses cultures, utilisées dans l'entretien de la santé ainsi que pour la prévention, le diagnostic, l'atténuation ou le traitement de maladies physiques et mentales.

**Produits de santé contenant du cannabidiol :** Il s'agit de produits de santé contenant du cannabidiol (CBD) qui sont commercialisés avec des allégations relatives à la santé visant à traiter des affections mineures semblables à celles que traitent d'autres produits de santé naturels et médicaments sans ordonnance. Ces produits ne nécessiteraient pas une ordonnance.

D'autres produits sont mentionnés dans le questionnaire se trouvant à l'annexe A.

## E. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et dans la Directive sur la gestion des communications. En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements 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.

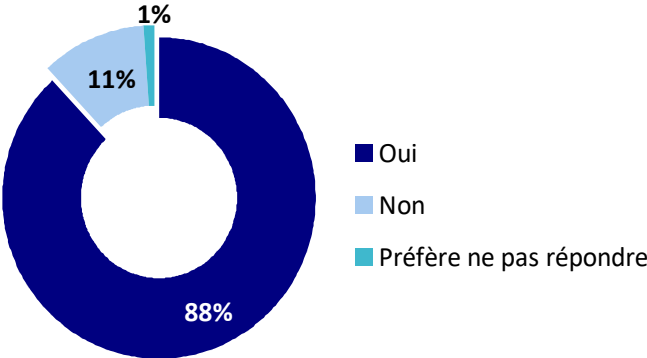
Signé par :   
Susan Galley (Vice-présidente)

# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## A. CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON

L'annexe A fournit des détails sur les caractéristiques de l'échantillon en ce qui concerne la région, la taille de la collectivité, l'âge, le genre, le statut socioéconomique et d'autres aspects clés. Voici les deux facteurs supplémentaires de l'échantillon pris en considération. Tous les membres de l'échantillon, sauf une faible proportion (12 %), disent être l'un des principaux décideurs du ménage lorsqu'il s'agit d'acheter des produits de santé, comme des produits de santé naturels et des médicaments sans ordonnance.

**Graphique 1 : Fréquence de réponse d'un décideur principal**

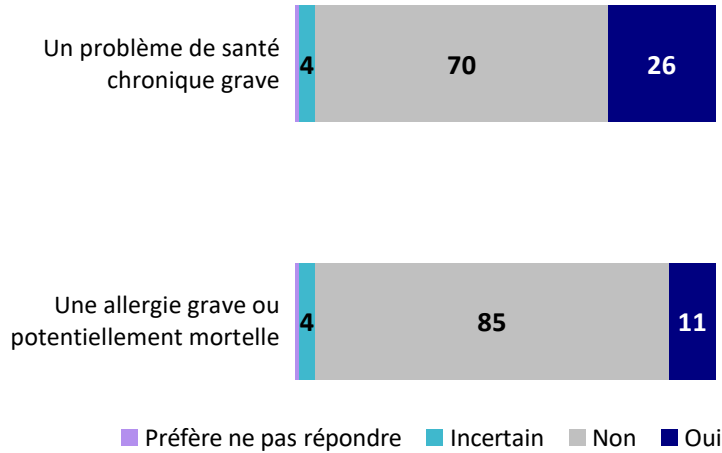


**QD12.** Êtes-vous la personne ou l'une des personnes de votre ménage qui prend les décisions en lien avec l'achat de produits de santé (p. ex., médicaments sans ordonnance, produits de santé naturels)?

**Base :** n=2575

Un membre sur quatre de l'échantillon (26 %) indique que lui ou un membre de son ménage a un problème de santé chronique grave, alors qu'un membre sur dix (11 %) mentionne une allergie grave ou potentiellement mortelle.

## Graphique 2 : Incidence d'une maladie chronique ou d'une allergie



**QD11a-b.** Est-ce que vous ou quelqu'un d'autre de votre ménage a...?

**Base :** n=2575

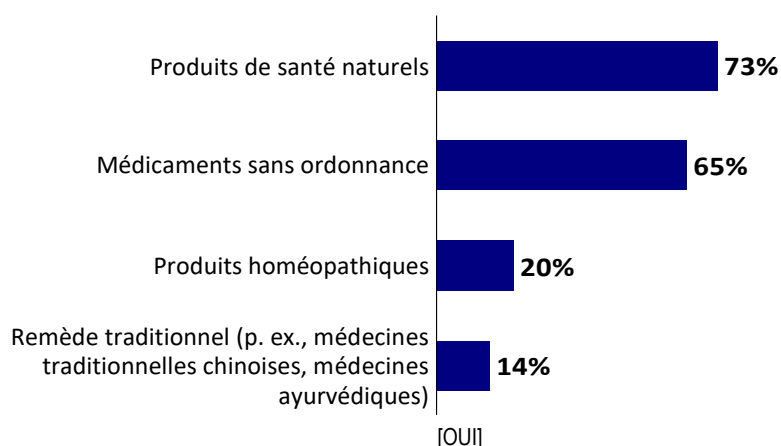
- Le taux de signalement d'une personne ayant un problème de santé chronique au sein du ménage augmente avec l'âge. Il est aussi plus élevé chez les personnes s'identifiant comme des membres de la communauté 2ELGBTQI+ (43 %) ou comme des Autochtones (37 %).
- Le signalement d'une personne souffrant d'une allergie au sein du ménage est également plus probable dans ces groupes (16 % et 20 %, respectivement).

## B. PRODUITS DE SANTÉ NATURELS ET MÉDICAMENTS VENDUS SANS ORDONNANCE

### *Incidence de l'utilisation*

Les répondants devaient d'abord indiquer s'ils utilisent des produits de santé naturels (PSN), des médicaments vendus sans ordonnance (MVS), des produits homéopathiques ou des produits de médecine traditionnelle. Une définition était présentée avec chaque question (voir la section « Note au lecteur » ou le questionnaire se trouvant à l'annexe A). Près de trois personnes sur quatre (73 %) déclarent utiliser des PSN, notamment des vitamines et des minéraux. Deux personnes sur trois (65 %) affirment utiliser des MVS, comme des médicaments contre la douleur en vente libre. Beaucoup moins de Canadiens utilisent des remèdes homéopathiques (20 %) ou des produits de médecine traditionnelle (14 %).

**Graphique 3 : Incidence de l'utilisation**



**QUSEA-D.** Utilisez-vous l'un des produits suivants? <sup>2</sup>

**Base :** n=2575

---

<sup>2</sup> Le pourcentage d'utilisation de produits de santé naturels est tiré de la Q1, le calcul incluant toute personne qui n'a pas répondu « Jamais » ou « Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre » en lien avec la fréquence d'utilisation de PSN.

## Produits de santé naturels

- L'utilisation de PSN est semblable dans tous les groupes d'âge, bien qu'elle soit un peu plus prononcée chez les personnes âgées de 45 à 54 ans (78 %).
- Les femmes sont également plus enclines à utiliser des PSN (80 %, alors que cette proportion est de 66 % chez les hommes), tout comme les gens qui ont fait des études universitaires (77 % contre 67 % pour ceux qui n'ont fait que des études secondaires) et dont le revenu du ménage est plus élevé (78 % contre 65 % pour ceux dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 40 000 dollars).
- L'utilisation est plus répandue en Colombie-Britannique (79 %) et en Ontario (78 %) qu'ailleurs au pays, et moins courante au Québec (65 %).
- Les parents et les autres aidants naturels (79 %), les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (79 %) et les membres d'un groupe ethnoculturel<sup>3</sup> (78 %) ont aussi plus tendance que les autres Canadiens à mentionner une utilisation.

## Médicaments vendus sans ordonnance

- L'utilisation de MVSO est semblable pour tous les groupes d'âge.
- Elle est plus élevée chez les femmes (68 % par rapport à 63 % chez les hommes).
- Les membres de la communauté 2ELGBTQI+ sont également plus susceptibles d'indiquer une utilisation (73 %) que les autres Canadiens. Les membres de groupes ethnoculturels sont les moins susceptibles d'utiliser des MVSO (61 %).
- Ceux qui utilisent régulièrement des PSN sont également plus susceptibles d'utiliser des MVSO (70 %).

## Produits homéopathiques

- L'utilisation de ces produits est plus répandue chez les personnes âgées de 35 à 44 ans (26 %), chez les femmes (26 %), chez les personnes ayant fait des études collégiales (27 %), chez les aidants naturels (29 %), chez les Autochtones (27 %) ainsi que chez les résidents de l'Atlantique (26 %) et de la Colombie-Britannique (25 %).
- Elle est également plus prononcée chez ceux qui utilisent régulièrement des PSN (30 %).

## Médecine traditionnelle

- L'utilisation de ces produits est plus répandue chez les 35 à 44 ans (19 %), chez les résidents de la Colombie-Britannique (21 %), chez les aidants naturels (21 %) et chez les membres de groupes ethnoculturels (22 %).
- Elle est également plus probable chez les personnes qui utilisent des PSN (20 %) et des produits homéopathiques (36 %).

---

<sup>3</sup> Ce groupe comprend les gens qui s'identifient comme des Noirs, des Asiatiques du Sud ou Sud-Est, des Hispaniques, des Autochtones ou d'autres personnes non caucasiennes. Elle n'inclut pas les 2 % qui s'identifient comme des « Canadiens » ou des « Québécois francophones » (selon les réponses obtenues à la question D9).

---

Parmi ceux qui disent utiliser des PSN, des MVSO, des produits homéopathiques ou des produits de médecine traditionnelle, les PSN sont les produits les plus souvent utilisés, 57 % des répondants indiquant une utilisation quotidienne. Vingt pour cent déclare en utiliser chaque semaine ou chaque mois. Parmi les utilisateurs de MVSO, 31 % en prennent tous les jours et 21 % en utilisent toutes les semaines. Trente-trois pour cent des personnes qui utilisent des produits homéopathiques le font tous les jours et 16 % le font toutes les semaines. Les proportions sont à peu près les mêmes chez ceux qui utilisent des médicaments traditionnels (tous les jours : 29 %; toutes les semaines : 14 %).

**Tableau 1 – Fréquence d'utilisation**

<i>Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des produits de santé naturels?</i>	<b>Médicaments sans ordonnance (n=1693)</b>	<b>Produits homéopathiques (n=493)</b>	<b>Médecine traditionnelle (n=359)</b>	<b>Produits de santé naturels (n=1936)</b>
Tous les jours	31 %	33 %	29 %	57 %
Toutes les semaines	21 %	16 %	14 %	14 %
Tous les mois	19 %	13 %	15 %	6 %
De façon saisonnière	17 %	22 %	23 %	8 %
Moins que de façon saisonnière	10 %	12 %	15 %	12 %
Jamais	1 %	3 %	2 %	0 %
NSP/Préfère ne pas répondre	1 %	0 %	2 %	2 %

### **Produits de santé naturels**

- Parmi, les utilisateurs de PSN qui sont les plus susceptibles de déclarer une utilisation quotidienne sont âgés de 55 ans ou plus (66 % chez les 55 à 64 ans et 71 % chez les 65 ans ou plus, alors que cette proportion n'est que de 44 % à 48 % chez les gens âgés de moins de 45 ans).
- Les femmes ont aussi plus tendance à déclarer une utilisation quotidienne (61 % contre 51 % chez les hommes qui en utilisent). Cette proportion est également plus élevée parmi les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (67 % contre 57 %).
- L'utilisation quotidienne signalée est plus faible au Québec (46 %), ainsi que chez les personnes qui s'identifient comme membres de groupes ethnoculturels (51 % comparativement à 59 % pour les autres Canadiens).
- L'utilisation quotidienne est aussi plus probable parmi les gens qui utilisent aussi des produits homéopathiques (64 %) ou des produits de médecine traditionnelle (63 %), ainsi que chez ceux qui déclarent qu'une personne de leur ménage a un problème de santé

chronique grave (64 %), alors que cette proportion est d'environ 55 % chez les gens qui n'en utilisent pas.

### **Médicaments sans ordonnance**

- Parmi les utilisateurs de MVS0, la probabilité d'utilisation quotidienne est également plus élevée chez les personnes âgées de 55 à 64 ans (38 %) et de 65 ans et plus (53 %) comparativement aux répondants âgés de moins de 35 ans (14 %) et de 35 à 44 ans (21 %).
- Cette proportion est également plus élevée chez les femmes (35 % contre 28% chez les hommes).
- L'utilisation quotidienne est plus élevée dans l'Atlantique (43 %) et en Ontario (37 %), et plus faible au Québec (20 %). Elle est également plus répandue chez les Autochtones (42 % comparativement à 31 % chez les autres Canadiens).

### **Autres produits**

- Les produits homéopathiques et les produits de médecine traditionnelle sont plus souvent utilisés tous les jours par les personnes âgées de 65 ans et plus (48 % et 61 %, respectivement).

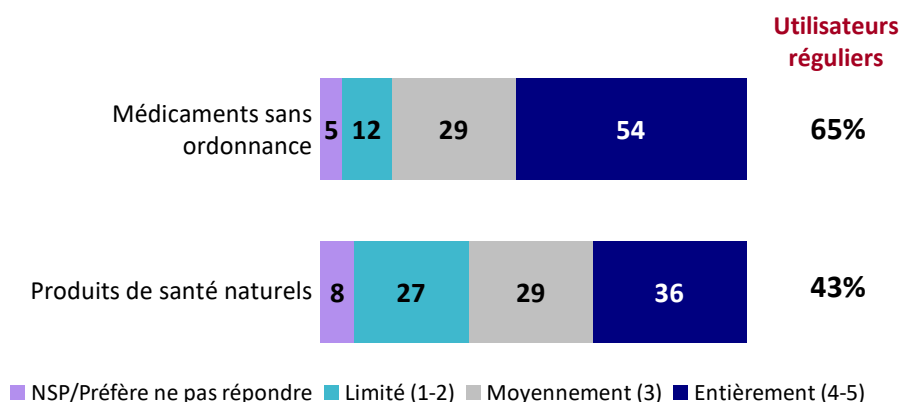
### ***Informations sur les risques et avantages***

Tous les répondants étaient interrogés sur la mesure dans laquelle ils estiment disposer de renseignements dont ils ont besoin sur les risques et les avantages des PSN et des MVS0. Un peu plus de la moitié des Canadiens (54 %) a l'impression d'avoir une quantité considérable de renseignements (note de 4 ou 5, où 5 signifie des renseignements complets) sur les MVS0, alors que 29 % estiment qu'ils ne sont que moyennement renseignés et 12 % déclarent avoir des renseignements limités (note de 1 ou 2 sur l'échelle). Les personnes qui utilisent des MVS0 sont près de deux fois plus susceptibles de se sentir renseignés (65 %) que celles qui n'en utilisent pas (34 %).

Une proportion encore plus faible de Canadiens croit disposer de renseignements considérables sur les risques et les avantages des PSN (36 %), tandis que 29 % estiment être moyennement renseignés, et presque la même proportion affirme disposer de renseignements limités (27 %). Les gens qui utilisent des PSN sont presque trois fois plus susceptibles (43 %) de se sentir renseignés, comparativement à 16 % chez ceux qui n'utilisent pas ces produits. Cette proportion atteint 48 % chez les utilisateurs réguliers (p. ex., hebdomadaires ou plus souvent) de PSN.



## Graphique 4 : L'étendu des renseignements sur les risques et avantages



**Q3a-b.** Dans quelle mesure estimez-vous disposer des renseignements dont vous avez besoin sur les avantages et les risques du produit lorsque vous achetez des...?

Base : n=2575

### Produits de santé naturels

- Les utilisateurs fréquents (c'est-à-dire ceux qui en utilisent toutes les semaines ou plus souvent) sont plus susceptibles de dire qu'ils disposent de renseignements dont ils ont besoin (48 %), contre 29 % pour ceux qui en utilisent moins souvent ou qui n'en utilisent jamais (16 %).
- Des proportions plus élevées de répondants âgés de 45 à 54 ans (42 %), d'aidants naturels (41 %) d'Autochtones (46 %) et de personnes ayant atteint un niveau d'éducation collégiale (41 %) déclarent disposer des renseignements dont ils ont besoin sur les PSN, comparativement à 32 % à 35 % pour les autres segments.
- La prévalence est aussi plus élevée en Alberta (42 %) et plus faible dans les territoires (26 %).

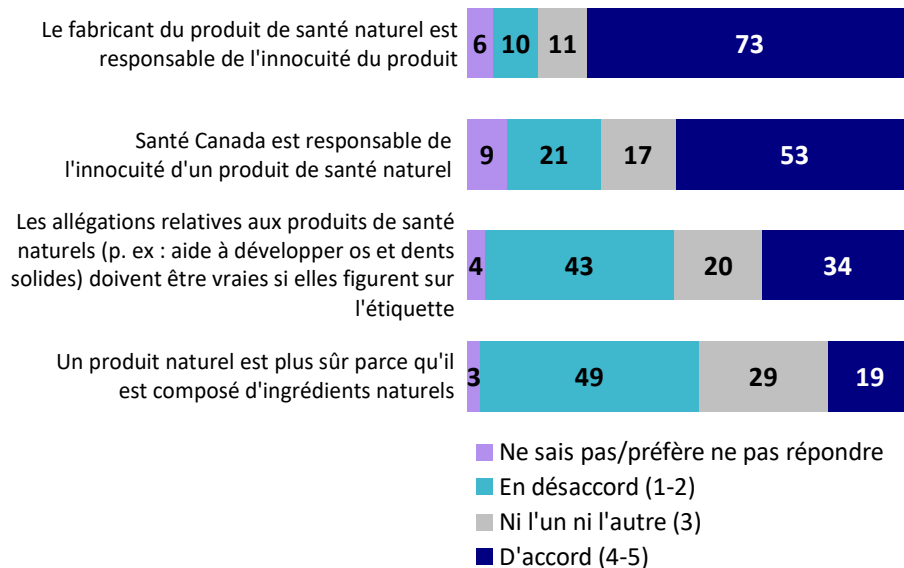
### Médicaments sans ordonnance

- Les répondants qui ont fait des études universitaires (57 %) et ceux dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 dollars ou plus (57 % à 60 %) sont plus susceptibles de croire qu'ils disposent de renseignements dont ils ont besoin.

## Perceptions au sujet de l'innocuité des produits de santé naturels

Près de trois Canadiens sur quatre (73 %) conviennent que les fabricants de PSN sont responsables de l'innocuité de leurs produits. Cette croyance est particulièrement marquée chez les utilisateurs de PSN (76 % contre 64 % pour les non-utilisateurs). Seuls 10 % de ces répondants sont en désaccord avec cet énoncé. Un peu plus de la moitié (53 %) sont d'accord pour dire que Santé Canada est responsable de l'innocuité, mais 21 % ne sont pas d'accord et 9 % disent ne pas savoir. Seule une personne sur trois (34 %) est d'accord pour dire que les allégations relatives aux effets sur la santé doivent être vraies si elles figurent sur l'étiquette, tandis que 43 % sont en désaccord. Les utilisateurs de PSN sont un peu plus susceptibles de convenir que les allégations sur les étiquettes doivent être vraies (36 % comparativement à 29 % des non-utilisateurs). Assez peu de personnes (19 %) pensent qu'un produit naturel est plus sûr parce qu'il est composé d'ingrédients naturels. Une proportion encore plus faible de non-utilisateurs partagent cette croyance (13 % contre 20 % des utilisateurs de PSN).

### Graphique 5 : Perceptions au sujet de l'innocuité des produits de santé naturels



**Q4a-d.** Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

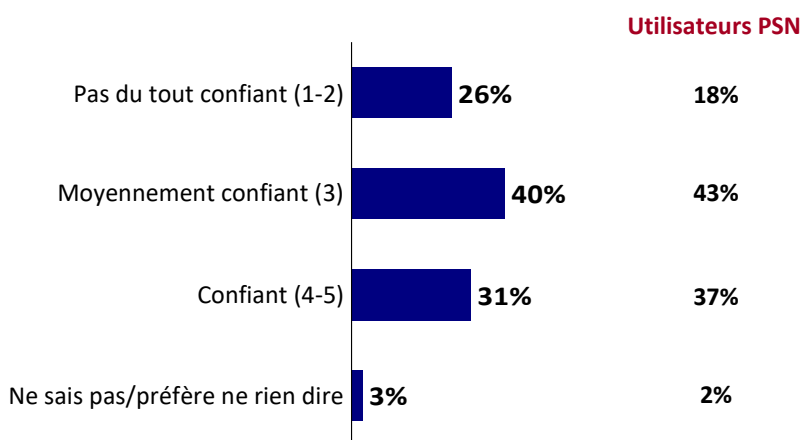
**Base :** n=2575

- Les répondants qui sont les plus susceptibles de convenir que le fabricant est responsable de l'innocuité du produit sont les personnes âgées de moins de 35 ans (82 %), les gens qui ont fait des études universitaires (77 %), les personnes dont le revenu annuel du ménage est de 80 000 dollars ou plus (76-77 %) et les résidents de l'Ontario.
  - Les personnes les moins susceptibles d'être d'accord sont celles âgées de 65 ans ou plus (58 %) et les résidents des Prairies (63 %).
- Les répondants âgés de moins de 35 ans (60 %), les gens qui ont fait des études universitaires (56 %), les personnes dont le revenu annuel du ménage se situe dans la catégorie la plus élevée (58 %) et les membres d'un groupe ethnoculturel (60 %) sont plus susceptibles d'être d'avis que Santé Canada est responsable de l'innocuité des PSN.
  - Les personnes âgées de 65 ans et plus sont les moins susceptibles d'être d'accord (43 %), tout comme les résidents de l'Atlantique (42 %).
- Les gens âgés de moins de 35 ans (44 %) et les résidents du Québec (45 %) ont le plus tendance à convenir que les allégations relatives aux effets sur la santé des PSN doivent être vraies si elles figurent sur l'étiquette.
  - Les répondants qui sont les moins susceptibles d'être d'accord sont les gens âgés de 65 ans ou plus (25 %), les résidents de l'Atlantique (26 %), les Autochtones (26 %) et les personnes qui n'utilisent pas de PSN (29 %).
- Ceux qui conviennent que les PSN sont plus sûrs parce qu'ils sont composés d'ingrédients naturels sont les plus élevés parmi les répondants qui ont atteint un niveau d'études collégiales (23 %), les aidants naturels (22 %) et les membres d'une communauté ethnoculturelle (24 %).
  - Le taux de désaccord est le plus élevé parmi les moins de 45 ans (54 %), les diplômés universitaires (56 %), les personnes dont le revenu annuel du ménage se situe dans la catégorie la plus élevée (57 %), les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (65 %) et les gens qui n'utilisent pas de PSN (59 %).

## Confiance dans les produits de santé naturels

La plupart des répondants disent être confiants ou moyennement confiants (31 % et 40 % respectivement) lorsqu'il est question de l'innocuité, de l'efficacité et de la qualité des PSN, tandis que 26 % des répondants affirment ne pas être confiants. Une proportion un peu plus élevée d'utilisateurs de PSN a confiance (37 % contre 14 % pour les gens qui n'utilisent pas de PSN). Il existe toutefois une grande différence entre les utilisateurs et les non-utilisateurs de PSN lorsqu'il s'agit du manque de confiance. Alors que 48 % des non-utilisateurs déclarent ne pas se fier à ces produits, ce n'est le cas que de 18 % des utilisateurs.

**Graphique 6 : Confiance dans les produits de santé naturels**



**Q5.** Dans quelle mesure êtes-vous confiant(e) que les produits de santé naturels sont sûrs, efficaces et de qualité?

**Base :** n=2575

- Les personnes qui utilisent régulièrement des PSN ont plus tendance à se fier aux PSN (41 % contre 26 % des utilisateurs moins fréquents et 14 % des non-utilisateurs). Cette proportion est également plus élevée chez les femmes (34 %) que chez les hommes (28 %).
- Ceux qui s'identifient comme membres de la communauté 2ELGBTQI+ sont moins susceptibles d'être confiants (33 % disent ne pas s'y fier, alors que cette proportion est de 24 % chez les autres répondants).

### *Lieu d'achat de produits de santé naturels et de médicaments sans ordonnance*

Tous les répondants étaient interrogés sur le lieu où ils préfèrent acheter des PSN et des MVSO, puisque même les personnes qui n'utilisent pas de tels produits peuvent en acheter. Les pharmacies sont le lieu d'achat le plus courant pour les deux types de produits (49 % pour les PSN et 73 % pour les MVSO). En fait, 81 % du sous-ensemble des Canadiens qui utilisent des MVSO<sup>4</sup> disent en acheter le plus souvent dans une pharmacie. C'est également le cas pour 60 % du sous-ensemble des Canadiens qui utilisent des PSN<sup>5</sup>. Les épiceries sont le deuxième lieu le plus courant (30 % pour les PSN et 33 % pour les MVSO), bien que ce pourcentage soit légèrement plus élevé parmi le sous-ensemble de Canadiens qui utilisent ces produits, soit 38 % pour chacun d'eux. Alors que les magasins spécialisés dans les aliments naturels sont l'un des points de vente au détail de PSN que mentionnent 27 % des répondants (35 % parmi les utilisateurs de PSN), cette mention est beaucoup moins courante lorsqu'il s'agit d'acheter des MVSO. De même, certains Canadiens achètent des PSN en ligne (17 %; 22 % parmi les utilisateurs de PSN), bien que peu d'entre eux se procurent des MVSO en ligne (8 %). Les autres points de vente au détail sont mentionnés beaucoup moins souvent.

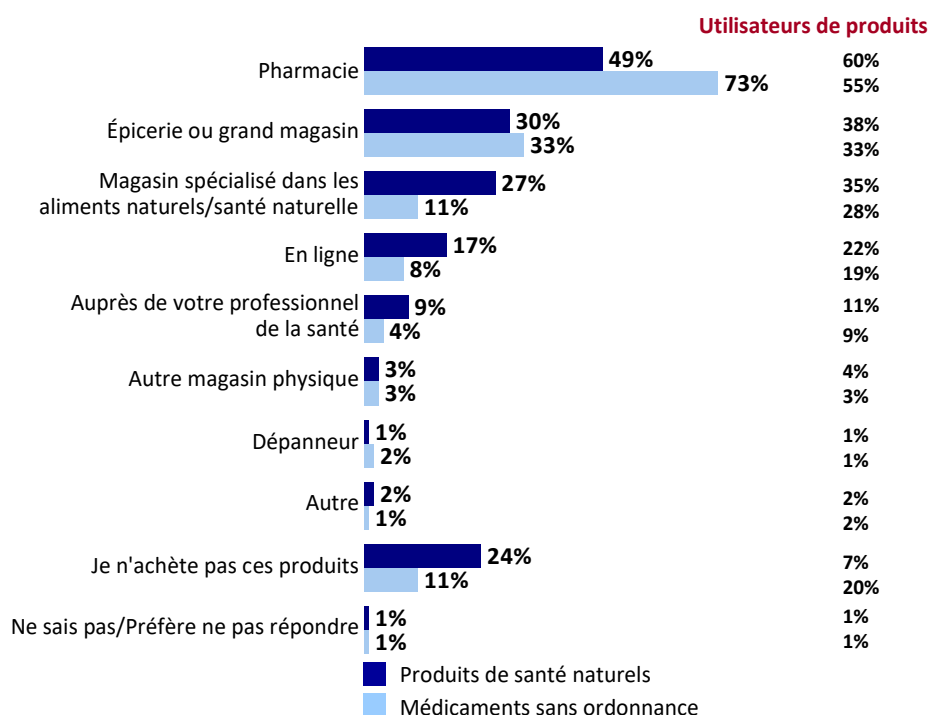
---

<sup>4</sup> Tel que dans le graphique 3 à la page 13, 65 % des Canadiens utilisent des PSN.

<sup>5</sup> Tel que dans le graphique 3 à la page 13, 73 % des Canadiens utilisent des MVSO.

---

## Graphique 7 : Lieu d'achat de produits de santé naturels et de médicaments sans ordonnance



**Q7.** Où achetez-vous le plus souvent vos produits de santé naturels?

**Q7b.** Où achetez-vous le plus souvent vos médicaments sans ordonnance?

**Base :** n=2575; la colonne de droite (utilisateurs de produits) comprend 1886 répondants qui utilisent des PSN (indiqués à côté des lignes bleu foncé), alors que 1693 personnes utilisent des MVSOS (indiquées à côté des lignes bleu clair).

- Les femmes (52 %), les personnes ayant fait des études universitaires (54 %) et les gens ayant une allergie grave (57 %) ou un problème de santé grave (55 %) sont plus susceptibles que les autres répondants de recourir à des pharmacies pour obtenir des PSN.
- Les magasins spécialisés dans les aliments naturels sont plus populaires pour l'achat de PSN en Colombie-Britannique (36 %) et auprès des aidants naturels (35 %).
- Les épiceries sont également une source plus populaire de PSN pour les répondants âgés de moins de 35 ans (37 %), pour les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (38 %), pour les aidants naturels (38 %), pour les membres de groupes ethnoculturels (37 %), ainsi que pour les résidents de l'Alberta (41 %) et de la Colombie-Britannique (38 %).
- Les personnes âgées de 35 à 54 ans ont plus tendance à acheter des PSN en ligne (22 %).
- Les épiceries sont encore plus populaires chez les moins de 35 ans (40 %), chez les résidents de l'Alberta (55 %), des Prairies (49 %) et de la Colombie-Britannique (42 %), ainsi que chez les aidants naturels (41 %) et les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (39 %) que chez les autres répondants.

## Renseignements recherchés sur les étiquettes des produits de santé naturels

Le renseignement le plus recherché sur les PSN ou sur les MVSO lors d'une première utilisation est le mode d'emploi, y compris la posologie, selon 82 % de l'ensemble des répondants (86 % à 87 % des utilisateurs de PSN et de MVSO). Le but du produit et les allégations relatives aux effets sur la santé sont des renseignements que recherchent 69 % des répondants (73 % à 75 % des utilisateurs), tout comme les mises en garde (68 %; 72-73 % des utilisateurs). Six personnes sur dix (61 %) recherchent aussi des renseignements sur les ingrédients médicinaux du produit (65 % à 68 % des utilisateurs). Les ingrédients non médicinaux du produit intéressent également près de la moitié des répondants (47 %; 49 % à 53 % des utilisateurs). D'autres renseignements, notamment celles concernant l'entreposage, intéressent 42 % des répondants (44 % à 46 % des utilisateurs). Les coordonnées de l'entreprise responsable sont recherchées par un utilisateur sur cinq (18 % au total et 19 % parmi les utilisateurs).

**Graphique 8 : Renseignements recherchés sur les étiquettes des produits**



**Q10.** Lorsque vous achetez pour la première fois des produits de santé, comme des produits de santé naturels ou des médicaments sans ordonnance, quels renseignements recherchez-vous sur l'étiquette?

**Base :** n=2575

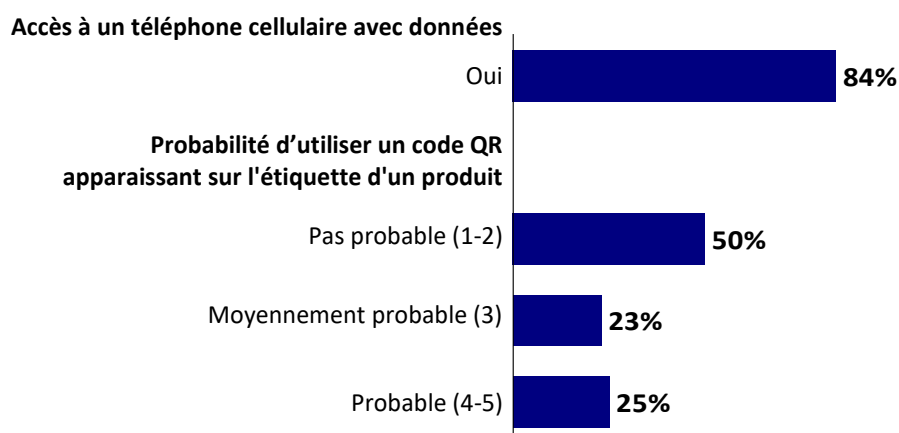
- Les utilisateurs de PSN sont environ 50 % plus susceptibles que les non-utilisateurs de rechercher tous les types de renseignements abordés.
- Les femmes sont généralement plus susceptibles que les hommes de rechercher la plupart des types de renseignements mentionnés (p. ex., mode d'emploi : 85 % contre 79 % pour les hommes; mises en garde : 71 %, comparativement à 65 % chez les hommes; ingrédients médicinaux : 66 % contre 56 % pour les hommes).
- Les répondants ayant fait des études universitaires sont également plus susceptibles de rechercher des renseignements sur le mode d'emploi (86 %), sur l'utilisation et les allégations relatives à la santé (73 %) et sur les ingrédients médicinaux (69 %), en particulier par rapport à ceux qui n'ont fait que des études secondaires, dont les proportions sont inférieures de 8 à 12 points de pourcentage.
- Les résidents de l'Ontario ont plus tendance que les résidents des autres régions du pays à rechercher presque tous les types de renseignements, tandis que les résidents du Québec sont moins susceptibles de rechercher chacun des types de renseignements mentionnés.
- Les membres de la communauté 2ELGBTQI+ sont plus enclins que les autres répondants à rechercher des renseignements sur le mode d'emploi (88 % contre 81 %), des mises en garde (75 % contre 68 %), des renseignements sur les ingrédients médicinaux (69 % contre 61 %) et des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (52 % contre 47 %).
- Les aidants naturels sont plus susceptibles que les autres répondants de rechercher des renseignements sur les ingrédients médicinaux (70 % contre 59 %) et des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (56 % contre 44 %).
- Les Autochtones ont plus tendance que les autres répondants à rechercher des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (57 % contre 46 %) et d'autres renseignements, notamment concernant l'entreposage (52 % contre 42 %). Les membres de groupes ethnoculturels sont plus enclins à rechercher des renseignements sur les ingrédients médicinaux (67 % contre 60 %) et des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (54 % contre 45 %).
- Les personnes ayant un problème de santé grave sont également plus susceptibles que les autres répondants de rechercher des mises en garde (75 %), des renseignements sur les ingrédients médicinaux (68 %), des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (53 %) ainsi que d'autres renseignements, notamment sur l'entreposage (48 %). De même, les personnes ayant une allergie grave sont environ 10 % plus susceptibles que les autres de rechercher des mises en garde (74 %), des renseignements sur les ingrédients médicinaux (71 %), des renseignements sur les ingrédients non médicinaux (55 %), d'autres renseignements, notamment sur l'entreposage (52 %) et les coordonnées de l'entreprise (28 %).



## Accès à des données mobiles et probabilité d'utiliser un code QR en magasin

Parmi les 84 % de Canadiens ayant accès à des données sur un appareil mobile, 25 % déclarent qu'ils seraient susceptibles d'utiliser un code QR pour accéder aux renseignements se trouvant sur l'étiquette du produit en magasin avant de faire un achat (c.-à-d. 21 % de tous les Canadiens<sup>6</sup>). Vingt-trois pour cent indiquent qu'ils seraient moyennement enclins à le faire.

### Graphique 9 : Accès à des données mobiles et probabilité d'utiliser un code QR en magasin



**Q12.** À l'heure actuelle avez-vous accès à un téléphone cellulaire avec données (où vous pouvez naviguer sur des sites Web sans Wi-Fi, par exemple, lorsque vous êtes dans un magasin)?

**Base :** n=2575

**Q13.** Quelle est la probabilité que vous utilisiez un code QR (Code lisible par machine) apparaissant sur l'étiquette d'un produit (qui vous dirige vers des informations sur un site Web) avant d'acheter un produit en magasin?

**Base :** n=2242 (Note : Cette question n'était posée qu'aux personnes qui disent avoir accès à un téléphone cellulaire avec données à la Q12.)

---

<sup>6</sup> Calculé sur la base de l'échantillon complet de 2 575 personnes, en supposant que ceux qui n'ont pas accès à un téléphone cellulaire sans données seraient « peu susceptibles » de le faire.

---

- Les personnes âgées de 65 ans et plus (64 %) ont moins tendance à accéder à des données mobiles en magasin que les répondants âgés de moins de 55 ans (90 % à 95 %) et que ceux âgés de 55 à 64 ans (82 %). Les femmes sont aussi un peu moins enclines à le faire (80 %, comparativement à 88 % chez les hommes), tout comme les gens n'ayant fait que des études secondaires (74 %) et les personnes dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 40 000 dollars (69 %). Les résidents de zones rurales (78 %) et particulièrement des territoires (70 %) ont un peu moins tendance à le faire.
- Parmi les répondants qui ont accès à des données mobiles, ceux qui sont les plus susceptibles d'utiliser un code QR avant d'acheter un produit sont les moins de 35 ans (31 %), les personnes dont le revenu annuel du ménage se situe dans la catégorie la plus élevée (33 %), les résidents de l'Alberta (32 %), les Autochtones (39 %), les aidants naturels (32 %) et les membres de groupes ethnoculturels (33 %).
- Les personnes ayant accès à des données mobiles qui sont les moins enclines à utiliser un code QR en magasin sont celles âgées de 65 ans ou plus (61 % ne le feraient pas), celles qui n'ont fait que des études secondaires (58 %), celles dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 80 000 dollars (53 % à 56 %) et les résidents de zones rurales (55 %).

Parmi les 50 % qui ont peu tendance à accéder aux se trouvant sur les produits par le biais d'un code QR avant l'achat, 42 % affirment que cela prend trop de temps et 20 % déclarent ne pas vouloir utiliser leur téléphone dans le magasin. Trois personnes sur dix estiment également que c'est trop compliqué (17 %) ou ne savent pas comment balayer un code QR (13 %). Les autres raisons évoquées sont beaucoup moins fréquentes.

**Tableau 2 : Obstacles à l'utilisation de codes QR en magasin**

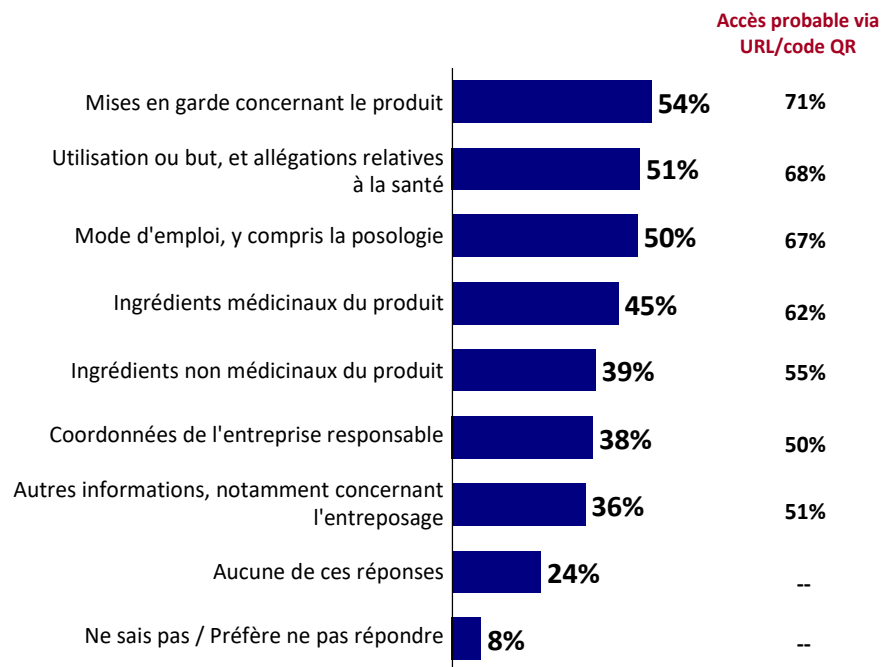
	Total
<i>Q14. Pourquoi ne voudriez-vous pas accéder à un code QR?</i>	<i>n=1124 (peu susceptibles d'accéder à un code QR avant l'achat)</i>
Ça prend trop de temps	42 %
Je ne veux pas utiliser mon téléphone dans le magasin	20 %
Il est trop compliqué de consulter de l'information en ligne	17 %
Je ne sais pas comment balayer le code	13 %
Problèmes de sécurité ou de confidentialité, logiciels malveillants, suivi des renseignements ou intérêts, probabilité d'arnaques	7 %
Recherche avant d'acheter des produits, recherches en ligne	5 %
Pas d'intérêt, pas besoin	5 %
Le site Web ou le lien est biaisé; source, fabricant ou entreprise peu fiable	4 %
Des renseignements pertinents ou importants doivent être disponibles sur l'étiquette; je préfère lire l'étiquette	4 %
Ça ne me vient tout simplement jamais à l'esprit, je n'y pense pas toujours	3 %
Restrictions du téléphone, coût des applications, manque d'accès à un réseau Wi-Fi ou à un forfait de données; téléphone incapable de balayer un code QR ou ne fonctionne pas toujours, ou mauvaise réception	2 %
Autre	5 %
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	7 %

- De 51 à 55 % des Canadiens âgés de moins de 45 ans disent ne pas vouloir accéder à un code QR dans le magasin avant d'acheter un produit parce que cela prend trop de temps, alors que cette proportion est de 28 % à 41 % chez ceux âgés de 45 ans et plus.
- Ceux qui ne savent pas comment balayer un code QR sont le plus souvent âgés de 65 ans ou plus (34 % contre 4 % à 12 % pour les moins de 65 ans). Cette tendance est encore plus marquée chez les résidents des territoires (26 %). En général, les résidents des zones rurales sont plus susceptibles de dire qu'ils ne veulent pas utiliser leur téléphone dans le magasin (26 % contre 15 % à 20 % pour les résidents de zones plus peuplées). Fait intéressant, c'est aussi plus souvent le cas chez les personnes ayant une allergie grave ou potentiellement mortelle (28 % contre 19 % pour les autres répondants).
- La protection de la vie privée préoccupe davantage les résidents de l'Alberta (15 %) et les Autochtones (14 %).

## Informations recherchées sur un site Web

Les répondants devaient indiquer les renseignements sur les produits auxquelles ils souhaiteraient accéder sur un site Web au moyen d'une adresse URL ou d'un code QR, plutôt que sur l'étiquette physique du produit. Environ le quart (24 %) déclare ne pas vouloir accéder à des renseignements sur les produits par le biais d'une adresse URL ou d'un code QR. La moitié des répondants accepteraient d'utiliser une adresse URL ou un code QR pour accéder à des mises en garde (54 %), à des renseignements sur le but du produit et à des allégations relatives à la santé (51 %) et au mode d'emploi (50 %). Ceux ayant préalablement indiqué être susceptibles d'utiliser un code QR ont beaucoup plus tendance que ceux qui disent qu'ils ne sont pas d'utiliser un code QR à vouloir accéder à chacun de ces types de renseignement par le biais d'un site Web ou d'un code QR.

**Graphique 10 : Type de renseignement recherché sur un site Web**



**Q15.** Quelles sont les renseignements auxquelles vous souhaiteriez accéder par le biais d'une adresse de site Web (URL) ou d'un code QR sur l'étiquette physique au lieu d'y avoir accès sur l'étiquette physique elle-même?

**Base :** n=2575

### Réaction indésirable et personnes-ressources à qui signaler la réaction indésirable

Selon le sondage, 8 % des Canadiens ont ressenti des effets indésirables à la suite de l'utilisation d'un PSN, alors que cette proportion est de 9 % pour les MVSO<sup>7</sup>. Un peu plus de la moitié des personnes ayant eu une réaction ne l'a pas signalée (60 % de celles ayant une réaction aux PSN et 53 % ayant ressenti des effets d'un MVSO). Parmi les répondants ayant ressenti des effets indésirables, la personne-ressource à qui il est le plus probable qu'ils signalent le problème est un professionnel de la santé (20 % pour les réactions à un PSN et 35 % pour les MVSO). Les répondants sont considérablement moins susceptibles de signaler une réaction indésirable à d'autres personnes-ressources.

**Tableau 3 : Réaction indésirable et personnes-ressources à qui signaler la réaction indésirable**

	Total Produits de santé naturels	Total Médicaments sans ordonnance
<i>PREQ19. Par le passé, avez-vous eu une réaction indésirable à un produit de santé naturel?</i>	<i>n=2568</i>	<i>n=2566</i>
Oui	8 %	9 %
<i>Q19. Où avez-vous signalé cette réaction?</i>	<i>n=222</i>	<i>n=245</i>
J'ai eu une réaction indésirable, mais je ne l'ai pas signalée	60 %	53 %
J'ai rapporté ma réaction à mon professionnel de la santé	20 %	35 %
J'ai rapporté ma réaction au magasin où j'ai acheté le produit	5 %	2 %
J'ai rapporté ma réaction au fabricant	2 %	1 %
J'ai rapporté ma réaction à un centre antipoison	1 %	1 %
J'ai rapporté ma réaction à Santé Canada (p. ex., Base de données en ligne des effets indésirables de Canada Vigilance)	0 %	1 %
Autre	8 %	5 %
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	5 %	3 %

<sup>7</sup> Dans chaque cas, la fréquence des effets indésirables s'élève à 10 % chez ceux qui disent utiliser de tels produits.

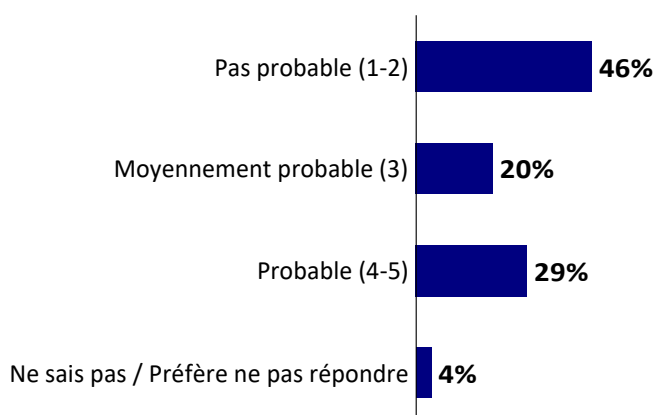
- Les effets indésirables d'un PSN sont un peu plus prononcés chez les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (13 %), chez les gens ayant un problème de santé chronique grave (14 %) et chez les personnes dont un membre du ménage a une allergie grave (19 %). Les personnes ayant une réaction indésirable dont un membre du ménage a une allergie grave (36 %) sont plus susceptibles que les autres (15 %) de signaler cette réaction à leur professionnel de la santé.
- Les effets indésirables des MVSO sont un peu plus prononcés chez les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (14 %), chez les Autochtones (15 %), ainsi que chez les personnes dont un membre du ménage a un problème de santé chronique grave (15 %) ou une allergie grave (17 %).
- Les personnes atteintes d'un problème de santé chronique grave (49 %) et les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (47 %) ont plus tendance que les autres répondants (25 % à 31 %) à déclarer avoir signalé une réaction indésirable à leur professionnel de santé.
- Les femmes (42 %) sont également plus enclines que les hommes (20 %) à avoir signalé une telle réaction à leur professionnel de la santé, tout comme les gens n'ayant fait que des études secondaires (55 % contre 25 % de celles qui ont fait des études universitaires).

## C. PRODUITS DE SANTÉ CONTENANT DU CANNABIDIOL (CBD)

### *Probabilité d'acheter des produits de santé contenant du cannabidiol*

Trois Canadiens sur dix (29 %) affirment qu'ils seraient susceptibles d'acheter un produit de santé contenant du CBD pour des affections mineures s'il était offert sans ordonnance. En revanche, près de la moitié (46 %) déclare qu'il serait peu probable qu'ils le fassent.

**Graphique 11 : Probabilité d'acheter un produit de santé contenant du CBD**



**Q21.** S'il était disponible sans ordonnance, quelle est la probabilité que vous achetiez un produit de santé contenant du cannabidiol (CBD) pour soulager des affections mineures?

**Base :** n=2575

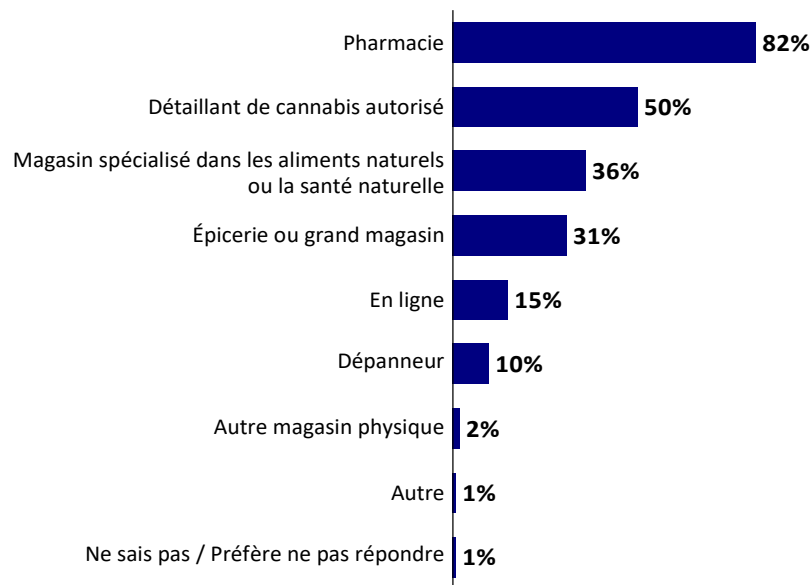
- Les répondants les plus susceptibles d'acheter des produits de santé contenant du CBD pour soulager des affections mineures comprennent les personnes âgées de 35 à 44 ans (36 %), les personnes ayant atteint un niveau d'éducation collégiale (36 %), les membres de la communauté 2ELGBTQI+ (42 %) et les Autochtones (40 %). La probabilité est également plus élevée chez les utilisateurs de PSN (34 %) de MVSO (33 %), et de produits de médecine traditionnelle et d'homéopathie (42 % à 43 %). C'est également le cas chez les personnes qui affirment être atteintes d'un problème de santé chronique grave (35 %).
- Les personnes les moins susceptibles de dire qu'elles achèteraient ces produits sont les répondants âgés de 65 ans ou plus (22 %) et les résidents du Québec (24 %). De même, seuls 16 % des personnes qui n'utilisent pas de PSN et 23 % de celles qui n'utilisent pas de MVSO seraient susceptibles d'acheter des produits de santé contenant du CBD.



## Lieu préféré pour acheter des produits de santé contenant du CBD

À l’instar des lieux préférés pour acheter des PSN et des MVSO, huit Canadiens sur dix (82 %) déclarant qu’ils achèteraient des produits à base de CBD dans une pharmacie. Les détaillants de cannabis autorisés sont également mentionnés par 50 % des répondants, alors qu’environ une personne sur trois affirme qu’elle se rendrait dans un magasin spécialisé dans les aliments naturels (36 %), ou encore dans une épicerie ou un grand magasin (31 %). Une moindre proportion aurait recours à un détaillant en ligne (15 %) ou à un dépanneur (10 %).

**Graphique 12 : Lieu d’achat préféré**



**Q22.** Si des produits de santé contenant du cannabidiol (CBD) étaient disponibles sans ordonnance, où préféreriez-vous acheter le produit?

**Base :** n=1292

- Il y a relativement peu de différences notables entre les sous-groupes en ce qui concerne le lieu d’achat préféré, bien que les répondants âgés de 35 à 44 ans (38 %), ainsi que les hommes (35 %) aient un peu plus tendance à favoriser la commodité des épiceries que les autres répondants.
- Les magasins spécialisés dans les aliments naturels sont plus populaires en Colombie-Britannique (49 %), tandis que les résidents du Québec ont plus tendance à favoriser les pharmacies (88 %) que les résidents des autres régions.
- Les résidents des territoires (70 %), les répondants autochtones (67 %) et les membres de la communauté 2ELGBTQI+ penchent davantage que les autres vers les détaillants autorisés de

cannabis. Bien que peu de gens préfèrent un dépanneur comme source, ce phénomène est considérablement plus répandu dans les territoires (25 %).

- Les membres de la communauté 2ELGBTQI+ sont les plus susceptibles de préférer les détaillants en ligne (22 %)

# ANNEXES

## A. DÉTAILS MÉTHODOLOGIQUES

### *Source de l'échantillon*

L'échantillon du sondage est issu de notre panel *Probit*, dont les membres sont recrutés de façon aléatoire. Les panélistes de *Probit* sont sélectionnés pour former une base de sondage hybride recruté sur des téléphones cellulaires et des lignes terrestres à l'aide d'un système à composition aléatoire. Il s'agit de la même base de sondage et du même processus d'échantillonnage utilisés pour mener des enquêtes au téléphone, lesquelles sont considérées comme représentatives de la population<sup>8</sup>. Une fois les panélistes sélectionnées, nous communiquons avec eux par téléphone et les recrutons en leur demandant de créer un profil de base (c.-à-d. en répondant au questionnaire de base du sondage), qui comprend un éventail de renseignements démographiques les décrivant. Ils ont aussi la possibilité d'indiquer s'ils préfèrent répondre aux sondages en ligne ou au téléphone. Tous les membres de l'échantillon sont admissibles à une participation, y compris ceux qui ne possèdent qu'un téléphone cellulaire, ceux qui n'ont pas accès à Internet et ceux qui préfèrent simplement répondre au sondage au téléphone plutôt qu'en ligne. Ce panel représente un échantillon pleinement représentatif de la population canadienne, à partir duquel nous pouvons tirer des échantillons aléatoires et collecter des données d'une manière plus économique et plus rapide que ne le permettrait un sondage téléphonique traditionnel. Ce panel, qui regroupe plus de 120 000 membres, peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans notre panel correspond de très près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur.

### *Test et administration*

Avant de mener le sondage, le questionnaire a été mis à l'essai auprès de 34 répondants, soit 24 cas en anglais et 10 cas en français. De ce total, 24 se sont déroulés en ligne et 10 par téléphone. Des questions supplémentaires ont été intégrées à la version du prétest du questionnaire pour recueillir les impressions des répondants sur la durée, le rythme, la clarté des libellés et d'autres aspects du questionnaire. Des changements mineurs ont été apportés à

---

<sup>8</sup> Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, Statistique Canada.

la suite des essais, bien que quelques questions aient été enlevées pour respecter la durée voulue du sondage.

Le sondage, qui s’est déroulé entre le 5 et le 19 décembre 2023, faisait appel à un questionnaire bilingue hébergé sur un serveur Web sécurisé sous le contrôle des Associés de recherche EKOS. Le courriel d’invitation comprenait une description et une explication de l’objectif du sondage (dans les deux langues), ainsi qu’un lien vers le site du sondage. La base de données du sondage a été mise au point en ayant recours à un numéro d’identification personnel (NIP) de façon à ce que seules les personnes détenant un NIP aient accès au sondage (le NIP était inclus dans le courriel d’invitation). Le questionnaire comprenait une préface qui présentait brièvement la recherche et sa raison d’être. Le message insistait également sur la nature volontaire et confidentielle du sondage. La collecte des données du sondage s’est faite dans le respect de toutes les normes en vigueur de l’industrie. Tous les membres invités du panel ont été informés de leur droit sous le régime des lois de protection de la vie privée ainsi que de la façon d’obtenir une copie de leurs réponses et des résultats du sondage.

Comme indiqué ci-dessous, le taux de réponse global des 28 390 cas est de 12,2 %. Il est de 16,7 % parmi les membres de l’échantillon de Probit qui ont répondu au sondage en ligne et de 5,1 %<sup>9</sup> parmi ceux qui ont répondu au sondage par téléphone, ce qui comprend les sondages terminés ou inadmissibles divisés par l’échantillon valide de 25 608 pour l’échantillon combiné en ligne et par téléphone, comme le montre le tableau ci-dessous.

**Tableau 4 : Taux de réponse**

<b>Résultat</b>	<b>En ligne</b>	<b>Téléphone</b>	<b>Total</b>
Total	17 133	11 257	28 390
Invalides	1 376	1 406	2 782
<b>Échantillon valide</b>	<b>15 757</b>	<b>9 851</b>	<b>25 608</b>
Non-réponse	13 129	9 353	22 482
Refus	168	669	837
Partiellement rempli	251	4	255
Nombre total de non-réponses	13 548	10 026	23 574
Inadmissible/Quota rempli	436	115	551
Enquête terminée	2 192	383	2 575
Taux de réponse	16,7 %	5,1 %	12,2 %

<sup>9</sup> Ce taux de réponse est inférieur à celui qui est habituellement observé en raison du taux de réponse de 2,5 % dans les territoires et de 4 % chez les moins de 35 ans.

Les répondants étaient informés dans l’invitation que toutes leurs réponses étaient totalement confidentielles et qu’aucune réponse ne serait liée à des noms précis.

À la suite de la collecte des renseignements, la base de données a fait l’objet d’un examen en lien avec la qualité, les valeurs aberrantes, les exigences en matière de codage, la pondération et la création de variables indépendantes, et a servi à examiner les tendances des sous-groupes (p. ex., par âge, par genre, etc.) dans l’analyse. La pondération de l’échantillon se fondait sur les paramètres de la population selon le recensement de 2021 en ce qui concerne l’âge, le genre, la région du pays et les personnes se considérant comme des membres de la communauté 2ELGBTQI+.

### **Caractéristiques de l’échantillon**

Le tableau suivant présente le profil de l’échantillon utilisé dans le sondage (non pondéré pour l’âge, la région, le genre et le groupe 2ELGBTQI+; pondéré pour d’autres caractéristiques).

**Tableau 5 : Tableau démographique**

	<b>Total</b>
<i>Région (non pondéré)</i>	<i>n=2275</i>
Colombie-Britannique	12 %
Alberta	12 %
Saskatchewan et Manitoba	7 %
Ontario	36 %
Québec	22 %
Atlantique	7 %
Territoires	4 %
<i>Taille de la communauté</i>	<i>n=2151</i>
Une ville	52 %
Une banlieue	22 %
Une zone rurale, une petite ville ou une région éloignée	26 %
<i>Âge (non pondéré)</i>	<i>n=2575</i>
Moins de 35 ans	21 %
De 35 à 44 ans	17 %
De 45 à 54 ans	17 %
De 55 à 64 ans	18 %
65 ans ou plus	27 %

	<b>Total</b>
<b>Sexe à la naissance (non pondéré)</b>	<b>n=2575</b>
Homme	49 %
Femme	48 %
<b>Genre (façon dont vous vous identifiez actuellement)</b>	<b>n=2575</b>
Homme	47 %
Femme	50 %
Non-binaire/autre	2 %
Je préfère ne pas répondre	1 %
<b>S'identifie comme 2ELGBTQI+<sup>10</sup> (non pondéré)</b>	<b>n=2150</b>
Oui	19 %
Non	79 %
Je préfère ne pas répondre	2 %
<b>Autres groupes cibles</b>	<b>n=1244</b>
Essaie de tomber enceinte	2 %
Pratique l'allaitement maternel	2 %
Enceinte	1 %
Aucune de ces réponses	94 %
Je préfère ne pas répondre	1 %
<b>Aidant naturel pour un parent ou un enfant</b>	<b>n=2575</b>
Oui	24 %
Non	75 %
Je préfère ne pas répondre	1 %
<b>Groupe ethnique</b>	<b>n=2575</b>
Blanc	77 %
Autochtone (descendance de Premières Nations, d'Inuk/Inuits ou de Métis)	6 %
Asiatique du sud (p. ex., Indiens d'Asie, Pakistanais, Sri-lankais)	5 %
Noir	5 %
Chinois	3 %
Latino-américain	2 %
Philippin	1 %
Arabe	1 %

<sup>10</sup> Bispirituels, lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres, queers, intersexes ou autre groupe diversifié.

	<b>Total</b>
Asiatique du Sud-Est (p. ex., Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais)	1 %
Asiatique de l'Ouest (p. ex., Iranien, Afghan)	1 %
Japonais	1 %
Canadien	1 %
Européen (divers)	1 %
Autre	1 %
Je préfère ne pas répondre	2 %
<b><i>Né(e) au Canada</i></b>	<b><i>n=2575</i></b>
Oui	79 %
Non	21 %
<b><i>Plus haut niveau de scolarité</i></b>	<b><i>n=2575</i></b>
Diplôme d'études secondaires ou moins	28 %
Certificat ou diplôme d'un collège, du CÉGEP ou de tout autre établissement non universitaire	25 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	7 %
Baccalauréat	23 %
Diplôme d'études supérieures au-dessus du baccalauréat	16 %
Je préfère ne pas répondre	1 %
<b><i>Revenu annuel du ménage</i></b>	<b><i>n=2575</i></b>
Moins de 20 000 \$	5 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	11 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	12 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	12 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	12 %
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	20 %
150 000 \$ ou plus	17 %
Je préfère ne pas répondre	11 %

## B. QUESTIONNAIRE

### WINTRO

Nous vous remercions d'avoir accepté de répondre à ce sondage. Cela ne prendra qu'environ 10 minutes de votre temps.

Nous vous garantissons la confidentialité absolue de vos réponses (c'est-à-dire que les résultats du sondage ne seront associés à aucune personne, mais seront plutôt groupés dans de grandes catégories afin de protéger la confidentialité de chaque répondant); et que ce sondage est volontaire.

### DIRECTIVES

Veuillez réfléchir attentivement aux questions et à vos réponses. Les définitions de certains termes peuvent être consultées en passant votre souris sur le mot.

Sur chaque écran, après avoir sélectionné votre réponse, cliquez sur le bouton « Continuer » en bas de l'écran pour avancer dans le questionnaire.

Si vous quittez le sondage avant d'avoir terminé, vous pourrez y revenir plus tard au moyen de l'adresse URL et vous obtiendrez la page où vous étiez en quittant. Vos réponses jusqu'à ce point du sondage seront sauvegardées.

Pour toute question sur la façon de répondre au sondage, veuillez téléphoner à EKOS, au 1-866-211-8881, ou nous envoyer un courriel, à l'adresse [online@ekos.com](mailto:online@ekos.com). Nous vous remercions d'avance pour votre participation.

### PRED13

Est-ce que vous ou un autre membre de votre ménage travaille dans l'un ou l'autre des secteurs suivants?

#### D13A

Études de marché, relations publiques ou publicité

Oui	1
Non	2

#### D13B

Gouvernement fédéral ou provincial

Oui	1
Non	2

#### D13C

Entreprises de médicaments, de produits de santé naturels ou de produits du cannabis

Oui	1
Non	2



## D13D

Groupes de défense des consommateurs ou associations de l'industrie dans le domaine des médicaments

Oui	1
Non	2

## Q1

Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des produits de santé naturels?

**Produits de santé naturels (PSN) :** Les produits de santé naturels (PSN) sont fabriqués à partir d'ingrédients naturels utilisés pour rétablir ou maintenir la santé et peuvent être achetés sans ordonnance au Canada. Des exemples de produits de santé naturels sont les vitamines/les suppléments, les minéraux, les produits probiotiques, les remèdes à base de plantes médicinales, les produits homéopathiques, et les remèdes traditionnels, comme la médecine traditionnelle chinoise, la médecine ayurvédique et la médecine traditionnelle à base de plantes. En outre, certains dentifrices et désinfectants pour les mains peuvent également être classés comme des PSN.

Tous les jours	1
Toutes les semaines	2
Tous les mois	3
De façon saisonnière	4
Moins que de façon saisonnière	5
Jamais	6
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## PREQUSE

Utilisez-vous l'un des produits suivants?

## QUSEA

Médicaments sans ordonnance <HOVER=Egalement appelés médicaments en vente libre, sont des produits de santé qui peuvent être achetés sans ordonnance d'un médecin. Par exemple, certains médicaments pour soulager la douleur (par voie orale ou topique), les médicaments contre la toux et le rhume, et les médicaments contre les allergies.>

Oui	1
Non	2

## QUSEB

Produits homéopathiques <HOVER=Sont un type de produit de santé naturel fondé sur l'homéopathie, une pratique fondée sur le principe qu'une maladie et ses symptômes peuvent être guéris par un produit connu pour provoquer des symptômes similaires. Par exemple, un ingrédient comme l'Alium cepa (l'oignon commun) serait indiqué, après avoir été préparé homéopathiquement, pour soulager des symptômes comme les yeux larmoyants et les

éternuements, puisqu'il peut causer ces symptômes sous sa forme non traitée. Les produits homéopathiques sont constitués de substances provenant de plantes, de minéraux et d'animaux et se présentent sous diverses formes telles que des granules, des gouttes orales, des sirops, des crèmes et des onguents.>

Oui	1
Non	2

## QUSEC

Remède traditionnel <HOVER=Comprend la médecine traditionnelle chinoise, la médecine ayurvédique et la médecine traditionnelle à base de plantes. La médecine traditionnelle fait référence aux connaissances, techniques et pratiques se fondant sur des théories, croyances et expériences propres à diverses cultures, utilisées dans l'entretien de la santé ainsi que pour la prévention, le diagnostic, l'atténuation ou le traitement de maladies physiques et mentales.> (p. ex., médecines traditionnelles chinoises, médecines ayurvédiques)

Oui	1
Non	2

## PREQ2

Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé chacun des produits suivants?

### Q2A

#### Médicaments sans ordonnance

Tous les jours	1
Toutes les semaines	2
Tous les mois	3
De façon saisonnière	4
Moins que de façon saisonnière	5
Jamais	6
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q2B

#### Produits homéopathiques

Tous les jours	1
Toutes les semaines	2
Tous les mois	3
De façon saisonnière	4
Moins que de façon saisonnière	5
Jamais	6
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q2C

#### Remède traditionnel (p. ex., médecines traditionnelles chinoises, médecines ayurvédiques)

Tous les jours	1
Toutes les semaines	2
Tous les mois	3

De façon saisonnière	4
Moins que de façon saisonnière	5
Jamais	6
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### PREQ3

Dans quelle mesure estimez-vous disposer des renseignements dont vous avez besoin sur les avantages et les risques du produit lorsque vous achetez des...?

#### Q3A

##### produits de santé naturels

Pas du tout 1	1
2	2
Moyennement 3	3
4	4
Entièrement 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

#### Q3B

##### médicaments sans ordonnance

Pas du tout 1	1
2	2
Moyennement 3	3
4	4
Entièrement 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### PREQ4

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

#### Q4A

Un produit naturel est plus sûr parce qu'il est composé d'ingrédients naturels.

Pas du tout d'accord 1	1
2	2
Ni d'accord ni en désaccord 3	3
4	4
Tout à fait d'accord 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

#### Q4B

Le fabricant du produit de santé naturel est responsable de l'innocuité du produit.

Pas du tout d'accord 1	1
2	2
Ni d'accord ni en désaccord 3	3
4	4
Tout à fait d'accord 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99



#### Q4C

Santé Canada est responsable de l'innocuité d'un produit de santé naturel.

Pas du tout d'accord 1	1
2	2
Ni d'accord ni en désaccord 3	3
4	4
Tout à fait d'accord 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

#### Q4D

Les allégations relatives aux produits de santé naturels (par exemple : aide à développer d'os et de dents solides) doivent être vraies si elles figurent sur l'étiquette.

Pas du tout d'accord 1	1
2	2
Ni d'accord ni en désaccord 3	3
4	4
Tout à fait d'accord 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

#### Q5

Dans quelle mesure êtes-vous confiant(e) que les produits de santé naturels sont sûrs, efficaces et de qualité?

**Sûr, efficace et de qualité :** Santé Canada évalue les produits de santé avant d'autoriser leur vente au Canada. Les entreprises doivent respecter les bonnes pratiques de fabrication pour s'assurer que les produits sont correctement fabriqués (sans contamination ou ingrédients incorrects). Les produits de santé doivent aussi produire les résultats escomptés sur le plan de la santé ou les effets thérapeutiques attendus lorsqu'ils sont utilisés par des individus.

Pas du tout confiant(e) 1	1
2	2
Moyennement confiant(e) 3	3
4	4
Entièrement confiant(e) 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

#### Q7 [1,8]

Où achetez-vous le plus souvent vos produits de santé naturels?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

En ligne	1
Après de votre professionnel de la santé p. ex., naturopathe, clinique d'acupuncture, etc.	2
Dans une pharmacie	3
Dans un magasin spécialisé dans les aliments naturels ou la santé naturelle	4
Dans une épicerie ou un grand magasin	5
Dans un dépanneur	6
Dans un autre magasin physique (veuillez préciser)	7

Autre, préciser	77
Je n'achète pas ces produits	98
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q7B [1,8]

Où achetez-vous le plus souvent vos médicaments sans ordonnance?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

En ligne	1
Auprès de votre professionnel de la santé p. ex., naturopathe, clinique d'acupuncture, etc.	2
Dans une pharmacie	3
Dans un magasin spécialisé dans les aliments naturels ou la santé naturelle	4
Dans une épicerie ou un grand magasin	5
Dans un dépanneur	6
Dans un autre magasin physique (veuillez préciser)	7
Autre, préciser	77
Je n'achète pas ces produits	98
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q10 [1,7]

Lorsque vous achetez pour la première fois des produits de santé, comme des produits de santé naturels ou des médicaments sans ordonnance, quels renseignements recherchez-vous sur l'étiquette?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Mode d'emploi, y compris la posologie	1
Utilisation ou but, et allégations relatives à la santé	2
Mises en garde concernant le produit (p. ex. allergènes, interactions avec d'autres produits, etc.)	3
Ingrédients médicinaux du produit	4
Ingrédients non médicinaux du produit	5
Autres renseignements, notamment concernant l'entreposage	6
Coordonnées de l'entreprise responsable (fabricant/importateur, etc.)	7
Aucune de ces réponses	98
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q12

À l'heure actuelle avez-vous accès à un téléphone cellulaire avec données (où vous pouvez naviguer sur des sites Web sans Wi-Fi, par exemple, lorsque vous êtes dans un magasin)?

Oui	1
Non	2
Parfois (cela dépend si j'ai un signal dans le magasin)	3
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q13

Quelle est la probabilité que vous utilisiez un code QR <HOVER=Code lisible par machine composé d'un ensemble de carrés noirs et blancs, généralement utilisé pour stocker un lien vers une page Web ou d'autres informations destinées à être lues par l'appareil photo d'un téléphone intelligent.> apparaissant sur l'étiquette d'un produit (qui vous dirige vers des renseignements sur un site Web) avant d'acheter un produit en magasin?

Pas du tout probable 1	1
2	2
Moyennement probable 3	3
4	4
Très probable 5	5
Je ne suis pas sûr(e) de savoir ce qu'est un code QR ou comment l'utiliser	6
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q14 [1,5]

Pourquoi ne voudriez-vous pas accéder à un code QR?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Ça prend trop de temps	1
Je ne sais pas comment balayer le code	2
Je ne veux pas utiliser mon téléphone dans le magasin	3
Il est trop compliqué de consulter de l'information en ligne	4
Autre (préciser)	77
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### Q15 [1,7]

Quelles sont les renseignements auxquelles vous souhaiteriez accéder par le biais d'une adresse de site Web (URL) ou d'un code QR sur l'étiquette physique au lieu d'y avoir accès sur l'étiquette physique elle-même?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Mode d'emploi, y compris la posologie	1
Utilisation ou but, et allégations relatives aux effets sur la santé	2
Mises en garde concernant le produit (p. ex. allergènes, interactions avec d'autres produits, etc.)	3
Ingrédients médicinaux du produit	4
Ingrédients non médicinaux du produit	5
Autres renseignements, notamment concernant l'entreposage	6
Coordonnées de l'entreprise responsable (fabricant, importateur, etc.)	7
Aucune de ces réponses	98
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

### PREQ19

Par le passé, avez-vous eu une réaction indésirable à un produit de santé naturel?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## Q19

Où avez-vous signalé cette réaction?

J'ai eu une réaction indésirable, mais je ne l'ai pas signalée	2
J'ai rapporté ma réaction...	50
À mon professionnel de la santé	4
À Santé Canada (p. ex., <u>Base de données en ligne des effets indésirables de Canada Vigilance</u> <HOVER=Contient des renseignements sur les effets indésirables soupçonnés (aussi appelés effets secondaires) des produits de santé. Les rapports sur les effets indésirables sont soumis par des consommateurs, des professionnels de la santé, des fabricants et des distributeurs.>)	5
Au fabricant	6
Au magasin où j'ai acheté le produit	7
À un centre antipoison	8
Autre réponse (veuillez préciser)	77
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## PREQ19B

Par le passé, avez-vous eu une réaction indésirable à un médicament sans ordonnance?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## Q19B

Où avez-vous signalé cette réaction?

J'ai eu une réaction indésirable, mais je ne l'ai pas signalée	2
J'ai rapporté ma réaction...	50
À mon professionnel de la santé	4
À Santé Canada (p. ex., <u>Base de données en ligne des effets indésirables de Canada Vigilance</u> )	5
Au fabricant	6
Au magasin où j'ai acheté le produit	7
À un centre antipoison	8
Autre réponse (veuillez préciser)	77
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## Q21

Le terme « produits de santé contenant du cannabidiol » fait référence aux produits contenant du cannabidiol (CBD) qui seraient commercialisés avec des allégations relatives à la santé et qui seraient destinés à traiter des affections mineures <HOVER=Affections qui peuvent être gérées initialement au moyen d'un traitement sans ordonnance. Quelques exemples d'affections mineures sont le soulagement de symptômes mineurs de stress et de nervosité, la favorisation du sommeil et le soulagement de douleurs mineures. Cela ne comprend pas le traitement, la guérison et/ou la prévention de maladies graves (p. ex., le traitement de



l'hypertension artérielle).> comme pour d'autres produits de santé naturels et médicaments sans ordonnance. Ces produits seraient vendus sans ordonnance.

À l'heure actuelle, tous les produits de santé contenant du cannabidiol qui sont légalement disponibles nécessitent une ordonnance. Santé Canada envisage de proposer un règlement permettant l'accès à des produits de santé contenant du cannabidiol sûrs, efficaces et de grande qualité qui ne nécessiteraient pas la supervision d'un professionnel (c.-à-d., disponibles sans ordonnance).

S'il était disponible sans ordonnance, quelle est la probabilité que vous achetiez un produit de santé contenant du cannabidiol (CBD) pour soulager des affections mineures?

Pas du tout probable 1	1
2	2
Moyennement probable 3	3
4	4
Très probable 5	5
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## Q22 [1,8]

Si des produits de santé contenant du cannabidiol (CBD) étaient disponibles sans ordonnance, où préféreriez-vous acheter le produit?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Dans une pharmacie	1
Dans un magasin spécialisé dans les aliments naturels ou la santé naturelle	2
Chez un détaillant de cannabis autorisé	3
Dans une épicerie ou un grand magasin	4
Dans un dépanneur	5
Dans un autre magasin physique (veuillez préciser)	6
En ligne	7
Autre (veuillez préciser)	77
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

## QDEMO

Les questions démographiques suivantes seront utilisées dans l'analyse des données pour appuyer une analyse détaillée et pour mieux comprendre les données.

### Déclaration de confidentialité

<HOVER/DEFINITION=Qu'en est-il de vos renseignements personnels?

1. Les renseignements personnels que vous communiquez à Santé Canada sont gérés en conformité avec la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, et sont recueillis en vertu de l'article 4 de la *Loi sur le ministère de Santé*, conformément à la *Directive du Conseil du Trésor sur les pratiques relatives à la protection de la vie privée*. Nous ne recueillons que les renseignements dont nous avons besoin pour réaliser notre projet de recherche.

2. Objet de la collecte de renseignements : Nous avons besoin de vos renseignements personnels, comme des renseignements démographiques, pour mieux comprendre le sujet de la recherche. Cependant, vos réponses sont toujours combinées avec celles d'autres répondants à des fins d'analyse et de production de rapport. Pour cette raison, vous ne serez jamais identifié.

3. Pour plus d'informations : Cette collecte de renseignements personnels est décrite dans le fichier de renseignements personnels ordinaire *Communications publiques – POU 914*, dans Info Source, disponible en ligne à [infosource.gc.ca](http://infosource.gc.ca).

4. Vos droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* : En outre de protéger vos renseignements personnels, la *Loi sur la protection des renseignements personnels* vous donne le droit de demander l'accès à vos renseignements personnels et leur correction. Vous avez aussi le droit de déposer une plainte auprès du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada si vous estimez que vos renseignements personnels ont été traités de façon inappropriée.>

#### D1

À quel groupe d'âge parmi les suivants appartenez-vous?

18 à 24	1
25 à 34	2
35 à 44	3
45 à 54	4
55 à 64	5
65 et plus	6
Je préfère ne pas répondre	99

#### D2

Quel était votre sexe à la naissance <HOVER=Désigne le sexe assigné à la naissance sur la base de caractéristiques physiques et physiologiques telles que les chromosomes, l'expression des gènes, les niveaux et fonctions hormonales et l'anatomie reproductive/sexuelle.>?

Un homme	1
Une femme	2
Autre(veuillez préciser)	77
Je préfère ne pas répondre	99

#### D3

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la façon dont vous vous identifiez actuellement?

Un homme	1
Une femme	2
Non binaire	3
Expliquez-nous (précisez)	77
Je préfère ne pas répondre	99



### D3B

Vous identifiez-vous comme 2ELGBTQI+ <HOVER=Bispirituelle, lesbienne, gai, bisexuelle, transgenre, queer, intersexe; le « + » inclut les personnes qui s'identifient comme faisant partie de communautés sexuelles et de genre divers, qui utilisent des terminologies supplémentaires.>?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

### D4 [1,3]

À l'heure actuelle, est-ce que vous...?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Êtes enceinte	1
Essayez de tomber enceinte	2
Pratiquez l'allaitement maternel	3
Aucune de ces réponses	98
Je préfère ne pas répondre	99

### D5

Êtes-vous un(e) aidant(e) naturel(le) pour un parent ou un enfant?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

### D6 [1,13]

Quelle catégorie (catégories) vous décrit (décrivent) le mieux?

Choisissez toutes les réponses pertinentes

Blanc	1
Autochtone (descendance de Premières Nations, d'Inuk/Inuits ou de Métis)	2
Asiatique du sud (p. ex., Indiens d'Asie, Pakistanais, Sri-lankais)	3
Chinois	4
Noir	5
Philippin	6
Arabe	7
Latino-américain	8
Asiatique du Sud-Est (p. ex., Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais)	9
Asiatique de l'Ouest (p. ex., Iranien, Afghan)	10
Coréen	11
Japonais	12
Autre (veuillez préciser)	77
Aucune de ces réponses	98
Je préfère ne pas répondre	99

**D7**

Êtes-vous né au Canada?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

**D8**

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Alberta	2
Colombie-Britannique	1
Manitoba	4
Terre-Neuve-et-Labrador	10
Nouveau-Brunswick	7
Nouvelle-Écosse	8
Ontario	5
Île-du-Prince-Édouard	9
Québec	6
Saskatchewan	3
Nunavut	13
Territoires du Nord-Ouest	12
Yukon	11
Je préfère ne pas répondre	99

**D14**

Vivez-vous actuellement...

Dans une ville	1
En banlieue	2
Dans une zone rurale, une petite ville ou une région éloignée	3
Je préfère ne pas répondre	99

**D9**

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez terminé?

Moins que des études secondaires	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Certificat ou diplôme d'un collège, du CÉGEP ou de tout autre établissement non universitaire	3
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	4
Baccalauréat	5
Diplôme d'études supérieures au-dessus du baccalauréat (p. ex., maîtrise, doctorat)	6
Je préfère ne pas répondre	99

**D10**

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de tous les membres de votre ménage l'an passé, avant impôts, toutes sources confondues?

Moins de 20 000 \$	1
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6
150 000 \$ ou plus	7
Je préfère ne pas répondre	99

**PRED11**

Est-ce que vous ou quelqu'un d'autre de votre ménage a :

**D11A**

Un problème de santé chronique grave

Oui	1
Non	2
Incertain(e)	3
Je préfère ne pas répondre	99

**D11B**

Une allergie grave ou potentiellement mortelle

Oui	1
Non	2
Incertain(e)	3
Je préfère ne pas répondre	99

**D12**

Êtes-vous la personne ou l'une des personnes de votre ménage qui prend les décisions en lien avec l'achat de produits de santé (p. ex., médicaments sans ordonnance, produits de santé naturels)?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

**THNK**

Voilà toutes les questions que nous avons à vous poser. Merci d'avoir pris le temps de répondre à notre sondage. Nous vous en sommes très reconnaissants. Vos réponses ont été enregistrées et vous pouvez maintenant fermer la fenêtre de votre navigateur.

## THNK2

### *Exclue*

Malheureusement, d'après vos réponses, vous ne pouvez pas participer à ce sondage. Merci de nous avoir accordé de votre temps!