

**Évaluation de la couverture du vaccin contre la grippe saisonnière dans la population canadienne, 2016-2017**



R**ésumé**

**Présenté à**

**Agence de la santé publique du Canada**

**POR-ROP@hc-sc.gc.ca**

**Préparé par**

**Léger**

***This summary is also available in English*.**

**POR 104-16**

**Numéro de contrat 6D034-164442/001/CY**

**Octroyé le 2017-01-30**

**Projet 15181-003**

**2017-03-31**

**Léger**

**507, Place d’Armes, bureau 700**

**Résumé**

Léger a le plaisir de présenter à l’Agence de la santé publique du Canada ce rapport sur les résultats d’un sondage quantitatif visant à évaluer la couverture du vaccin contre la grippe saisonnière dans la population canadienne.

Ce rapport a été préparé par Léger à la suite de l’octroi d’un contrat par l’Agence de la santé publique du Canada (numéro de contrat : 6D034-164442/001/CY, octroyé le 30 janvier 2017).

**1.1 Mise en contexte et objectifs**

L’objectif principal de l’étude est d’évaluer la couverture du vaccin contre la grippe saisonnière dans la population canadienne. Les sujets qui suivent ont été abordés auprès des ménages canadiens qui ont participé au sondage.

* Vaccination contre la grippe saisonnière avant le 1er septembre 2016 et depuis le 1er septembre 2016 inclusivement (pour le répondant adulte et chaque enfant mineur, le cas échéant).
* Raisons de se faire vacciner ou de ne pas se faire vacciner cette année (pour le répondant adulte et chaque enfant mineur, le cas échéant).
* Forme du vaccin contre la grippe reçue (injection ou vaporisateur nasal).
* Date (mois) et lieu de vaccination.
* Nombre, sexe et âge des enfants mineurs dans le ménage.
* Nombre de doses reçues par les enfants âgés entre 6 mois et 9 ans, et recevant le vaccin pour la première fois.
* Raisons pour lesquelles l’enfant n’a pas reçu les deux doses, le cas échéant.
* Professionnels de la santé et de soins alternatifs consultés au cours de la dernière année.
* Incidence de la grippe dans la population (répondants et amis ou membres de la famille).
* Sources d’information et ressources les plus fiables concernant le vaccin contre la grippe.
* Promoteurs et détracteurs du vaccin contre la grippe.
* Exposition aux messages de promotion du vaccin contre la grippe.
* Profil démographique des répondants adultes et identification de tout problème de santé chronique considéré comme un risque élevé de complications liées à la grippe.

**1.2 Méthodologie – Recherche quantitative**

La recherche quantitative a été réalisée au moyen d’entrevues téléphoniques. Celles-ci ont été menées à l’aide d’un système d’interview téléphonique assistée par ordinateur. Cette approche est la plus appropriée pour évaluer la couverture du vaccin contre la grippe saisonnière parmi différents sous-groupes de la population canadienne, tout en assurant un haut niveau de représentativité. Pour atteindre la fiabilité des données dans tous les sous-groupes, un échantillon de 2 024 adultes canadiens ont été interrogés. Un seul répondant adulte a été interrogé au sein de chaque ménage.

La collecte de données réalisée dans le cadre de ce sondage s’est déroulée entre le 14 février et le 5 mars 2017. Le taux de réponse au sondage a été de 20,3 % au niveau national. La répartition complète des appels est présentée à l’annexe A. Un pré-test de 30 entrevues, 15 dans chaque langue officielle, a été réalisé le 14 février 2017 (en anglais) et le 16 février 2017 (en français). Les entrevues ont duré sept minutes en moyenne.

Les entrevues téléphoniques ont été réalisées à l’aide du système d’interview téléphonique assistée par ordinateur (CATI) de Léger. Le système CATI gère l’échantillonnage de façon électronique, en sélectionnant et en composant au hasard le numéro de téléphone à appeler. Pour assurer la couverture parfaite d’une population, l’échantillon comprenait des numéros de téléphone résidentiels situés dans toutes les provinces et tous les territoires du Canada, ainsi que les numéros de téléphone cellulaire des Canadiens qui n’ont pas de numéro de téléphone fixe résidentiel (c.-à-d. numéros de cellulaire seulement). En fonction du rapport de surveillance sur les communications publié par le CRTC en 2016, qui a révélé que 23,7 % des ménages canadiens utilisaient exclusivement un téléphone cellulaire, Léger s’est assuré que 23,7 % de l’échantillon final provenait de répondants possédant un numéro de cellulaire seulement.

Les numéros de téléphone fixe ont été générés et les numéros de cellulaire ont été achetés selon une approche d’échantillonnage régional stratifié. Des quotas régionaux ont été appliqués pour assurer un nombre suffisant d’entrevues dans chaque région du Canada et pour chaque type de numéro de téléphone (résidentiel [1 527] et cellulaire [497]). En plus de ces quotas régionaux, un travail de terrain a été mené pour assurer une bonne répartition des répondants selon le sexe (hommes et femmes) et la langue (anglais et français), en utilisant des quotas souples.

Au total, 2 024 adultes canadiens, de toutes les régions du pays, ont été interviewés. La marge nationale d’erreur de ce sondage est de +/- 2,18 %, 19 fois sur 20.

D’après les données du recensement national de Statistique Canada en 2011, Léger a pondéré les résultats de ce sondage selon l’âge, le sexe, la région et la langue maternelle. Les résultats ont également été pondérés en fonction de la présence d’enfants mineurs dans le ménage (oui ou non), puisque cette question a été posée et est importante pour cette étude. En outre, la pondération des répondants de l’échantillon cellulaire a également été contrôlée pour correspondre aux 23,7 % attendus après la pondération.

En tant que membre de l’ARIM homologué Sceau d’Or, Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en recherche quantitative. Le sondage a été enregistré auprès de l’ARIM conformément aux exigences du gouvernement du Canada en recherche quantitative, y compris le code de conduite de l’ARIM et les normes pour la recherche sur l’opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – série D – recherche quantitative.

Les répondants ont été assurés de l’aspect volontaire et confidentiel de l’approche ainsi que de l’anonymat de leurs réponses. Comme pour toutes les recherches menées par Léger, toute information susceptible de permettre l’identification des répondants a été supprimée des données, conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels du Canada*.

Les détails de la procédure méthodologique et des mécanismes de contrôle de la qualité de Léger sont présentés à l’annexe A.

Les questionnaires français et anglais (le même questionnaire a été utilisé pour les deux langues de l’étude) se trouvent à l’annexe B.

Les détails des procédures de pondération se trouvent à l’annexe A. Des tableaux statistiques détaillés des résultats sont fournis à l’annexe C.

**1.3 Aperçu des conclusions quantitatives**

* Depuis le 1erseptembre 2016, plus du tiers de la population canadienne (36 %) a reçu le vaccin contre la grippe saisonnière. Les 65 ans et plus (69 %), les répondants des Maritimes (50 %), les femmes (39 %) et les personnes âgées de 18 à 64 ans avec un problème de santé chronique (37 %) sont proportionnellement plus enclins à avoir été vaccinés contre la grippe au cours de la dernière année. Près de six répondants sur dix (59 %) ont déclaré avoir reçu le vaccin contre la grippe saisonnière dans le passé (avant le 1er septembre 2016).
* La prévention et le fait de ne pas vouloir tomber malade (44 %) est la motivation la plus importante qui pousse les gens à se faire vacciner contre la grippe. D’autre part, les principales raisons invoquées par les répondants pour ne pas avoir reçu le vaccin contre la grippe sont les suivantes : ne pas en avoir besoin, ne pas être une personne à haut risque, le fait qu’il leur soit non recommandé (47 %), le scepticisme face à son efficacité (19 %) et le manque de temps (15 %). Pour les parents, les principales raisons de ne pas faire vacciner leurs enfants sont aussi la perception qu’ils n’en ont pas besoin (36 %) ou le scepticisme face à l’efficacité (24 %).
* Presque tous les Canadiens (99 %) qui ont été vaccinés contre la grippe ont reçu une injection et très peu d’entre eux (1 %) ont été vaccinés par un vaporisateur nasal. La plupart des Canadiens ont reçu le vaccin contre la grippe en octobre (38 %) ou en novembre 2016 (37 %). Le tiers des Canadiens ont reçu le vaccin contre la grippe dans un cabinet de médecin ou dans une clinique de santé (33 %) et plus d’un quart à la pharmacie (28 %).
* Près du quart des enfants canadiens (23 %) ont reçu le vaccin contre la grippe cette année et plus d’un tiers d’entre eux (36 %) l’ont reçu pour la première fois. Près de six enfants sur dix âgés entre 6 mois et 9 ans (58 %) ont reçu une dose, tandis que 28 % ont reçu les deux doses recommandées. Dix-huit pour cent (18 %) des parents n’avaient pas suffisamment d’informations sur la deuxième dose et 16 % ne savaient pas qu’il y avait une deuxième dose.
* Deux répondants sur dix (22 %) disent avoir eu la grippe au cours des 12 derniers mois, principalement avec des symptômes bénins (19 %), et plus de la moitié des répondants (56 %) ont vu des amis ou des membres de leur famille souffrir de symptômes graves (13 %) ou bénins (47 %).
* La grande majorité des répondants (93 %) ont vu un professionnel de la santé au cours de la dernière année. Les médecins de famille (76 %), les dentistes (64 %) et les pharmaciens (58 %) étaient les professionnels les plus visités. Près d’un quart des répondants ont vu un professionnel de soins alternatifs (23 %) ou un autre professionnel de la santé (22 %).
* Près de la moitié des répondants (47 %) affirment que lorsqu’ils veulent en savoir plus sur le vaccin contre la grippe, ils recherchent des informations dans un établissement de santé, une clinique médicale ou une pharmacie. Dans une moindre mesure, Internet représente également une source légitime d’information sur le vaccin contre la grippe; 18 % des gens ont déclaré faire une recherche en ligne et 13 % ont affirmé se référer à un site Web du gouvernement.
* La source d’information la plus fiable sur le vaccin contre la grippe est le médecin de famille, les deux tiers des répondants (64 %) affirmant que c’est en lui qu’ils ont le plus confiance sur ce sujet.
* Quatre répondants sur dix (40 %) disent que quelqu’un leur a conseillé de se faire vacciner contre la grippe au cours des 12 derniers mois, tandis que 14 % des répondants affirment que quelqu’un leur a dit le contraire. Parmi ceux à qui on a conseillé de se faire vacciner contre la grippe, près de quatre sur dix ont obtenu ce conseil de leur médecin de famille (38 %). Les membres de la famille jouent également un rôle dans la vaccination contre la grippe pour deux répondants sur dix (21 %). À l’inverse, les amis (50 %) et les membres de la famille (30 %) ont également joué un rôle majeur en déconseillant le vaccin contre la grippe aux répondants.
* Plus des trois quarts des répondants (78 %) ont affirmé avoir vu, lu ou entendu des messages de promotion du vaccin contre la grippe au cours des 12 derniers mois. Parmi ceux qui ont vu, lu ou entendu des messages sur le vaccin contre la grippe, plus de six personnes sur dix les ont vus ou entendus à la radio, ou ont vu des publicités télévisées ou autres publicités (62 %), et plus d’un quart ont également vu des messages sur le vaccin contre la grippe lors d’une visite en pharmacie, chez le médecin ou à l’hôpital (27 %).

**1.4 Remarques sur l’interprétation des conclusions de la recherche**

Les opinions et les observations exprimées dans ce document ne reflètent pas celles de l’Agence de la santé publique du Canada. Ce rapport a été rédigé par la firme Léger d’après la recherche menée expressément dans le cadre de ce projet. Cette recherche est probabiliste; les résultats peuvent être transposés à la population générale du Canada. La recherche a été conçue en fonction de cet objectif.

**1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées**

Léger certifie que les résultats livrés sont entièrement 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.

**Renseignements supplémentaires**

Nom du fournisseur : Léger

Numéro de contrat TPSGC : 6D034-164442/001/CY

Date d’octroi du contrat : 30 janvier 2017

Les dépenses pour ce projet s’élèvent à 74 664,75 $ (TVH comprise).

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de cette étude, veuillez envoyer un courriel à l’adresse suivante : POR-ROP@hc-sc.gc.ca.