



Santé Health
Canada Canada

Segmentation du vapotage chez les jeunes et les jeunes adultes

Résumé

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group
Numéro de contrat : CW2335163
Valeur du contrat : 249 836,84 \$
Date d'attribution : Le 25 octobre 2023
Date de livraison : Le 3 mai 2024

Numéro d'enregistrement : POR# 077- 23
Pour plus d'informations au sujet du présent résumé, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse suivante :
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

This executive summary is also available in English.

Canada 

Segmentation du vapotage chez les jeunes et les jeunes adultes

Résumé

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Le 3 mai 2024

Le présent résumé de recherche sur l'opinion publique fait état des résultats obtenus lors d'un sondage en ligne et de groupes de discussion. Ces exercices ont été réalisés par le Groupe Earncliffe Stratégies pour le compte de Santé Canada. La recherche quantitative a été menée du 9 janvier au 28 janvier 2024, et la recherche qualitative du 25 mars au 26 mars 2024.

This publication is also available in English under the title: Youth and Young Adults Vaping Segmentation

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Pour ce faire, il faut obtenir une autorisation écrite préalable auprès de Santé Canada. Pour plus de renseignements au sujet du présent rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca ou à :

Santé Canada, CPAB
200, promenade Eglantine, Tunney's Pasture
Bâtiment Jeanne Mance, AL 1915C
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Numéro de catalogue : H14-640/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-72940-4

Publications connexes (numéro d'enregistrement) : H14-640/2024E-PDF

Youth and Young Adults Vaping Segmentation (Rapport finale, anglais) (numéro ISBN) 978-0-660-72939-8

Résumé

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de remettre à Santé Canada le présent résumé, qui résume les conclusions d'une enquête quantitative, qualitative et de segmentation auprès des jeunes et des jeunes adultes en matière de vapotage.

Contexte et objectifs

Les données récentes de l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues auprès des élèves (ECTADE) 2021-2022 et de l'Enquête canadienne sur le tabac et la nicotine (ECTN 2021) ont apporté une variété de nouvelles informations sur les comportements et les motivations des jeunes en matière de vapotage. Les données de l'ECTAD montrent que le taux d'élèves de la 7^e à la 12^e année qui ont déjà vapoté, ainsi que ceux qui ont vapoté au cours des 30 derniers jours, s'est quelque peu stabilisé entre 2018-2019 et 2021-2022. Bien qu'il soit trop tôt pour dégager une nouvelle tendance, dans ce cycle d'enquête, les élèves qui s'identifient comme étant de genre féminin ont déclaré à la fois un taux plus élevé de vapotage et de consommation globale de substances en 2021-2022, ce qui va à l'encontre des tendances historiques.

Les données de l'ECTN suggèrent que le vapotage chez les jeunes est motivé par l'influence des pairs, la dépendance, la disponibilité des arômes et le stress, puisqu'environ 33 % des jeunes de 15 à 19 ans déclarent vapoter pour réduire le stress. Les jeunes qui vapotent ne représentent pas un groupe monolithique.

Ils peuvent être regroupés en fonction de leur comportement face à la consommation de substances, à savoir les expérimentateurs, les utilisateurs réguliers et les doubles utilisateurs (qui vapotent et qui fument la cigarette) et les consommateurs de plusieurs substances. Les données issues de diverses études semblent indiquer que chacun de ces segments a ses propres caractéristiques, motifs de vapoter, et ses propres besoins. Par exemple, les expérimentateurs semblent vapoter par curiosité, tandis que les utilisateurs réguliers semblent vapoter parce qu'ils aiment les effets de la cigarette électronique (plaisir, impression soudaine de détente, gestion des symptômes de sevrage de la nicotine), et les doubles utilisateurs ou consommateurs de plusieurs substances semblent vapoter pour composer avec l'existence et avec une mauvaise santé mentale. Nous pouvons donc émettre certaines hypothèses sur les besoins de ces différents publics cibles. Par exemple, l'information relative aux risques et à la pression exercée par les pairs peut être plus pertinente pour les expérimentateurs que pour les doubles utilisateurs. Ces derniers gagneraient à recevoir de l'information leur permettant d'améliorer leur santé mentale, par exemple, sur la capacité d'adaptation de l'être humain.

Santé Canada se penche sur des approches afin d'adapter l'éducation du public, le contenu des campagnes et les ressources aux différents groupes de jeunes qui pratiquent le vapotage. Pour éclairer sa réflexion, Santé Canada a commandé cette recherche sur l'opinion publique, qui permettra de mettre à jour l'information existante et de créer une segmentation donnant un meilleur aperçu des catégories de comportements et d'opinions des Canadiens âgés de 13 à 24 ans.

Cette étude visait essentiellement à mieux comprendre la segmentation des jeunes et des jeunes adultes canadiens de 13 à 24 ans, notamment en ce qui concerne leurs traits psychographiques, leurs caractéristiques comportementales et leurs valeurs pour, au bout du compte, leur adresser des messages sur les choix éclairés en matière de vapotage et de sevrage. Ainsi, les conclusions du présent rapport viendront éclairer les décisions de Santé Canada relativement aux stratégies, publics cibles, messages clés et activités destinés aux jeunes canadiens dans le contexte de campagnes de sensibilisation et d'éducation du public visant notamment à les aider à arrêter de vapoter.

En plus de s'appuyer sur les travaux réalisés par Earncliffe en 2017-2018, cette enquête comprend plusieurs autres axes de recherche, notamment : la consommation de plusieurs substances; la relation entre le vapotage et la santé mentale; la dépendance; les valeurs et les comportements des adolescents et des jeunes adultes; une segmentation plus poussée de trois groupes de vapoteurs en fonction du type de comportement (les non-utilisateurs, les expérimentateurs et les utilisateurs réguliers); et la présentation de messages sur l'arrêt du vapotage. Cette recherche fournit des données factuelles et des idées pour guider les travaux de planification de Santé Canada dans ces domaines. La valeur du contrat pour ce projet était de 249 836,84 \$.

Méthodologie

Pour atteindre ces objectifs, Earncliffe a adopté une approche en deux phases comprenant des recherches quantitatives et qualitatives.

La première phase a consisté à effectuer une enquête en ligne auprès de 6103 résidents canadiens âgés de 13 à 24 ans. Pour s'aligner sur les données du recensement le plus récent, des quotas ont été fixés pour que l'échantillon reflète la répartition de la population en fonction de l'âge, du genre et de la région.

Tous les entretiens ont permis de classer les répondants dans l'une des trois catégories suivantes : les vapoteurs réguliers (c.-à-d. ceux qui ont fumé plusieurs fois au cours des 30 derniers jours ou plus); les vapoteurs expérimentaux (c.-à-d. ceux qui ont vapoté une fois au

cours des 30 derniers jours ou moins); et ceux qui n'ont jamais vapoté (les non-utilisateurs). Ces catégories ont été déterminées avec Santé Canada.

L'estimation des fréquences qui ont guidé la conception de la présente étude se trouve dans l'explication de la méthode quantitative, à l'annexe A. La répartition finale de chaque public est la suivante :

	Utilisateurs réguliers	Expérimentateurs	Non-utilisateurs	TOTAL
Jeunes de 13 à 15 ans (n)	374	177	936	1527
Jeunes de 16 à 18 ans (n)	258	217	846	1344
Jeunes adultes 19 à 24 (n)	1093	690	1368	3232
TOTAL DES ENTRETIENS	1725	1084	3150	6103

Le travail quantitatif sur le terrain s'est déroulé du 9 au 28 janvier 2024. L'enquête a été proposée en anglais et en français. La durée moyenne de l'entretien était de 14 minutes.

Les répondants à l'enquête en ligne ont été sélectionnés parmi ceux qui se sont portés volontaires pour participer à des enquêtes en ligne. Les données de l'échantillon de la population générale ont été pondérées pour refléter la composition démographique de la population canadienne âgée de 13 à 24 ans par région, par genre et par âge. Étant donné que l'échantillon en ligne est basé sur les personnes qui se sont portées volontaires pour participer au panel, on ne peut calculer une estimation de l'erreur d'échantillonnage et les résultats ne peuvent être décrits comme pouvant être statistiquement projetés à la population cible. Le traitement de l'échantillon non probabiliste est conforme aux *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada - Sondages en ligne*. L'annexe A fournit tous les détails sur la méthode d'enquête et l'annexe C présente l'instrument d'enquête.

La second volet, d'ordre qualitatif, consistait à animer une série de 12 groupes de discussion en ligne les 25 et 26 mars 2024. Les groupes ont été organisés avec des jeunes âgés de 13 à 18 ans et des jeunes adultes de 19 à 24 ans. Ces groupes se sont réunis dans les régions suivantes : Canada atlantique, Québec, Ontario et l'Ouest du Canada. Les groupes avec les résidents du Québec se sont déroulés en français; les autres, en anglais. Dans chaque région, les groupes ont été divisés en fonction de l'âge et des comportements déclarés en matière de vapotage. Les séances ont duré environ 90 minutes.

Jusqu'à 10 participants ont été recrutés pour chaque groupe, l'objectif étant qu'au moins huit d'entre eux soient en mesure de participer. Au total, 95 personnes ont participé aux groupes de discussion. L'annexe B contient plus de renseignements sur la méthode de

recrutement des membres des groupes; l'annexe D présente les guides de discussion qui ont servi à animer les groupes de discussion, et l'annexe F contient le questionnaire de recrutement.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et sur l'opinion publique. Les recherches par groupes de discussion ne visent pas à aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt à dégager toute la gamme d'idées, d'attitudes, d'expériences et d'opinions d'un échantillon sélectionné de participants sur un sujet défini. En raison du petit nombre de participants, on ne peut s'attendre à ce qu'ils soient parfaitement représentatifs, au sens statistique, de la population plus large dont ils sont issus, et les résultats ne peuvent être généralisés de manière fiable au-delà du nombre de participants.

Les principales conclusions de cette enquête sont présentées ci-dessous.

Principales conclusions

Section A : Fréquences et différences clés - Phase 1

Consommation de substances et identification des différents publics

- Les personnes interrogées ont été regroupées en trois catégories : les vapoteurs réguliers (28 % de la population totale), les expérimentateurs (18 %) et les non-vapoteurs (52 %). Aux fins de la présente enquête, le vapotage comprend exclusivement les produits contenant de la nicotine.
 - Les vapoteurs réguliers sont ceux qui ont vapoté plusieurs fois au cours des 30 derniers jours ou plus. Les expérimentateurs sont ceux qui ont vapoté au cours des 30 derniers jours ainsi que ceux qui ont vapoté avant cela, mais pas au cours des 30 derniers jours.
- Les vapoteurs réguliers sont plus susceptibles de consommer régulièrement toutes les autres substances prises en compte dans le cadre de l'enquête (tabac, cannabis, alcool, opioïdes et drogues illicites) que les expérimentateurs et les non-vapoteurs. Cela est vrai pour les trois groupes d'âge (13 à 15 ans, 16 à 18 ans et 19 à 24 ans).
- Une proportion à peu près égale de tous les répondants âgés de 13 à 24 ans qui fument des cigarettes ont soit essayé d'arrêter de fumer et y sont parvenus (34 %), ont essayé d'arrêter de fumer et n'y sont pas parvenus (32 %) ou ils n'ont jamais essayé d'arrêter de fumer (29 %).

- Ceux qui ont expérimenté le vapotage sont les plus susceptibles d'avoir réussi à arrêter de fumer des cigarettes, près de la moitié d'entre eux (47 %) l'affirmant.
- En revanche, quel que soit le groupe d'âge, les vapoteurs réguliers qui fument également des cigarettes sont les moins susceptibles de dire qu'ils ont essayé d'arrêter de fumer et qu'ils y sont parvenus.
- Interrogés précisément sur les outils qu'ils ont utilisés pour tenter d'arrêter de fumer des cigarettes, les répondants des trois groupes d'âge ont été plus nombreux à déclarer avoir essayé d'arrêter de fumer en vapotant des produits contenant de la nicotine (47 %) plutôt qu'en suivant une thérapie de substitution de la nicotine (44 %).
- Par rapport au tabac, le vapotage de produits contenant de la nicotine semble plus susceptible de s'être produit plus tard dans la vie des personnes interrogées (bien que la plupart d'entre elles déclarent quand même avoir essayé de vapoter avant de pouvoir acheter légalement des produits de vapotage).
 - Outre les quelques répondants de 13 à 15 ans qui disent avoir commencé à vapoter avant l'âge de 10 ans (2 %), personne ne déclare avoir commencé aussi jeune dans les autres groupes d'âge.
- Les personnes interrogées qui ont déjà vapoté disent essentiellement avoir commencé à le faire parce que leurs amis vapotaient (43 %) ou par curiosité (39 %). Cela est vrai pour tous les groupes d'âge.
- Relativement peu d'entre elles déclarent avoir commencé à vapoter en pensant qu'elles ne développeraient pas une dépendance (13 %), que ce n'était pas nocif comme le tabac (12 %) ou que c'était en remplacement du tabagisme (11 %).
- Plus de la moitié (52 %) des personnes interrogées déclarent vapoter lorsqu'elles sont entourées d'amis qui le font, ce qui confirme le caractère social du vapotage.
 - Environ le même nombre de personnes qualifient le vapotage de mécanisme de gestion du stress (41 %), les vapoteurs réguliers des trois groupes d'âge étant nettement plus nombreux à le dire que les expérimentateurs.
- Parmi tous les répondants âgés de 13 à 24 ans qui vapotent, 58 % affirment que l'alcool est la substance qu'ils sont le plus susceptibles de consommer en vapotant. Viennent ensuite le cannabis (39 %) et le tabac (35 %).
 - Les vapoteurs réguliers sont plus susceptibles de fumer du tabac que les expérimentateurs, quel que soit leur groupe d'âge.

- Un tiers (34 %) de ceux qui ont déjà vapoté des produits contenant de la nicotine disent avoir essayé d'arrêter et y être parvenus, ce qui correspond au nombre de personnes qui ont déjà essayé de fumer du tabac et qui disent avoir réussi à arrêter (34 %). Un nombre légèrement moins élevé de vapoteurs (28 %) que de fumeurs (32 %) dit ne pas avoir réussi à arrêter et un plus grand nombre de vapoteurs (34 %) que de fumeurs (29 %) dit ne pas avoir essayé d'arrêter.
 - Les répondants âgés de 13 à 15 ans qui vapotent sont plus susceptibles de dire qu'ils ont essayé une thérapie de substitution de la nicotine pour arrêter de vapoter que leurs homologues plus âgés, ces derniers ayant davantage tendance à dire qu'ils n'ont pas essayé d'arrêter de vapoter au cours de la dernière année.
 - Les expérimentateurs sont beaucoup plus nombreux à déclarer qu'ils ne prendraient certainement pas, ou qu'il est peu probable qu'ils prennent un traitement de substitution de la nicotine pour arrêter de vapoter (61 % contre 43 % des vapoteurs réguliers).
- Parmi les personnes ayant déjà vapoté, deux sur cinq (44 %) déclarent l'avoir caché à quelqu'un, le plus souvent à leur famille (74 %).
- La moitié des non-vapoteurs (51 %) déclarent qu'on leur a déjà proposé de vapoter. Il s'agit généralement d'amis qui vapotent (75 %) – ceci s'applique à tous les groupes d'âge.
 - Les jeunes de 13 à 15 ans sont un peu moins nombreux que les jeunes de 16 à 18 ans (54 %) ou de 19 à 24 ans (54 %) à s'être vu proposer d'essayer le vapotage (44 %).

Profilage psychographique

- Cette section traite des variables psychographiques à partir desquelles l'analyse de segmentation a été construite. Seuls quelques résultats directionnels sont présentés ici, l'essentiel du profilage étant traité dans la section B.
- Les vapoteurs réguliers sont beaucoup plus susceptibles d'être d'accord avec les affirmations selon lesquelles ils sont entourés de personnes qui boivent de l'alcool (63 %) ou qui consomment des produits du cannabis (49 %) que les expérimentateurs ou les non-vapoteurs.
- Les vapoteurs réguliers sont également beaucoup plus susceptibles de se décrire comme étant à la recherche d'expériences (49 %), branchés (46 %) et rebelles (41 %) que les expérimentateurs ou les non-vapoteurs. Cela dit, les expérimentateurs sont plus proches des vapoteurs réguliers que des non-vapoteurs en ce qui concerne ces paramètres.

- Si l'on considère tous les groupes d'âge, les non-vapoteurs sont nettement plus nombreux à se dire plutôt ou très satisfaits (75 %) de leur vie que les expérimentateurs (65 %) ou les vapoteurs réguliers (63 %).
 - Alors que les non-vapoteurs âgés de 13 à 15 ans (35 %) et de 16 à 18 ans (30 %) sont les plus susceptibles de se dire très satisfaits de leur vie dans leurs groupes d'âge respectifs, les vapoteurs réguliers âgés de 19 à 24 ans sont les plus susceptibles (31 %) d'affirmer la même chose.
- Interrogés sur leur santé mentale globale, les vapoteurs réguliers sont plus enclins à dire qu'elle est excellente ou très bonne (43 %) que les non-vapoteurs (39 %) ou les expérimentateurs (31 %).
 - Deux répondants sur cinq (39 %) déclarent avoir eu des difficultés au travail ou à l'école au cours des quatre dernières semaines en raison de leur santé mentale ou de leur état émotionnel, les expérimentateurs de 13 à 24 ans étant les plus susceptibles de dire que cela a des effets sur eux, la moitié d'entre eux (48 %) l'affirmant.
 - Les vapoteurs réguliers sont de loin les plus susceptibles (trois personnes sur cinq ou 57 %) de déclarer également consommer des substances autres que les produits de vapotage (cannabis, alcool, opioïdes, autres drogues illégales) pour composer avec une mauvaise santé mentale ou émotionnelle.
- Les répondants âgés de plus de 15 ans ont été interrogés sur leur situation financière. Ceux qui vapotent régulièrement sont nettement plus susceptibles de se dire financièrement à l'aise (22 %) que les expérimentateurs (12 %) et les non-vapoteurs (14 %).
 - Parmi les vapoteurs réguliers de 16 à 18 ans, la moitié (51 %) déclarent à peine arriver à joindre les deux bouts. En revanche, 23 % des vapoteurs réguliers de 19 à 24 ans semblent les plus à l'aise financièrement au sein de leur groupe d'âge.

Attitudes à l'égard du vapotage et perception du risque

- La perception de l'acceptabilité sociale des différentes substances varie considérablement, tant au sein des publics que globalement. Les vapoteurs réguliers sont les plus ouverts à toutes les substances mentionnées dans l'enquête, tandis que les non-vapoteurs expriment systématiquement les opinions les plus négatives. L'alcool fait exception à cela, tous les publics le percevant comme socialement acceptable.
- Un grand nombre de personnes interrogées dans toutes les catégories de vapotage (26 % à 35 %) déclarent que le vapotage de produits contenant de la nicotine est une activité récréative, mais aussi un moyen d'aider les gens à arrêter de fumer.

- Pour ce qui est des effets nocifs du vapotage, trois vapoteurs réguliers sur cinq (58 %) affirment que le vapotage de produits contenant de la nicotine est moins nocif que le tabagisme.
- Les vapoteurs réguliers se déclarent les mieux avertis quant aux méfaits de la consommation de toutes les substances évaluées dans le cadre de l'enquête, à l'exception des fumeurs de cigarettes et des buveurs d'alcool, qui se considèrent légèrement moins bien avertis que les expérimentateurs et les non-vapoteurs.
- Les répondants les plus jeunes sont les plus nombreux à déclarer que chacune des substances évaluées est extrêmement nocive ou très nocive. Plus les répondants sont âgés, moins chacune des substances énumérées leur paraît dangereuse (à l'exception de l'alcool, qu'une minorité seulement considère dès le départ comme étant nocif).

Section B : Analyse de segmentation - Phase 1

- Les données ont fait l'objet d'une analyse multivariable par segmentation en grappes. La solution la plus utile consistait à diviser l'échantillon en dix (10) segments distincts en fonction des profils d'adhésion des répondants à 29 énoncés concernant les attitudes.
- Si les dix segments présentent des similitudes, chacun d'entre eux reste unique à sa façon, ce qui n'est pas sans conséquences pour les communicateurs de la santé publique – que ce soit du point de vue des risques sanitaires que pose le vapotage de produits contenant de la nicotine, des comportements des membres des groupes cibles, de leurs attitudes, leurs préférences ou leurs caractéristiques démographiques.
- Selon une évaluation des traits que l'on retrouve dans les différents segments, chaque segment a été classé sur un spectre. À un extrême de ce spectre se trouvent les personnes considérées comme étant les plus imperméables aux messages sur le vapotage, à l'autre extrême, les personnes les plus réceptives à ces mêmes messages.
- Parmi les dix segments, trois sont composés de personnes plus rebelles que la moyenne des répondants. Ils représentent 29 % des répondants :
 - **Les répondants ayant tendance à rechercher des activités risquées (10 %)** sont moins préoccupés par ce qui pourrait nuire à leur santé; ils sont en quête d'activités risquées ou excitantes; ils sont plus susceptibles de vapoter des produits contenant de la nicotine et de fumer des cigarettes; à peu près n'importe quelle substance leur paraît socialement acceptable et leur cercle d'amis consomme des substances. Ils ne se soucient pas de l'acceptation des pairs. Ils sont indifférents à des questions comme l'environnement et ne suivent pas ce qui se passe au sein du gouvernement.

- **Les répondants ayant tendance à rechercher des sensations fortes (12 %)** sont également rebelles et, comme ce titre l'indique, recherchent des sensations fortes. Leur profil de vapoteurs et de fumeurs est similaire à celui des répondants qui ont tendance à rechercher des activités risquées et ils ont tendance à percevoir ces activités comme socialement acceptables. Cependant, ils se soucient de ce que pensent leurs pairs, ils essaient d'être polis, ils écoutent leurs parents et sont sensibles aux traditions. Ils s'intéressent davantage à la politique.
- **Les répondants ayant tendance à repousser les limites (7 %)** sont particulièrement rebelles, ils enfreignent les règles et sèchent les cours plus souvent que la plupart des autres. Ils ont autant tendance que les deux autres segments de rebelles à vapoter des produits contenant de la nicotine et à fumer, mais ils sont les moins enclins à respecter les règles. Par rapport aux deux autres segments, ils considèrent également que fumer et vapoter est socialement acceptable, mais ils sont encore plus enclins à considérer le cannabis comme socialement acceptable. En revanche, ils sont moins convaincus que les opioïdes le sont.
- Deux segments sont quelque peu indépendants, mais moins rebelles que les trois précédents. Ils représentent 21 % des répondants :
 - **Les répondants ayant tendance à faire preuve de liberté d'esprit (11 %)** sont moins susceptibles que les personnes des segments ci-dessus de se décrire comme rebelles, mais ils font preuve d'une certaine indépendance, qui se traduit par de la spontanéité et la quête d'expériences procurant de l'adrénaline. Ils ont moins tendance que la moyenne à vapoter des produits contenant de la nicotine ou à fumer. Cependant, comme la moyenne des répondants, ils jugent que ces activités sont socialement acceptables, bien qu'ils soient beaucoup moins enclins à dire la même chose des opioïdes ou des drogues illicites.
 - **Les répondants ayant tendance à être moins actifs socialement (10 %)** forment un segment moins actif sur le plan social ou moins engagé sur le plan civique que les autres. Ceux qui le composent sont plus susceptibles que la moyenne de fumer et de vapoter des produits contenant de la nicotine, mais ils sont plus enclins à considérer le vapotage de produits contenant de la nicotine comme une activité qui sert à arrêter de fumer.
- Les cinq segments restants sont tous moins rebelles et plus respectueux des figures d'autorité que les cinq segments précédents. Au fur et à mesure que l'on progresse dans le spectre, on retrouve des personnes qui consomment moins activement des produits contenant de la nicotine ou d'autres substances et qui sont moins susceptibles de voir d'un bon œil le vapotage de produits contenant de la nicotine. Ils représentent 50 % des répondants :

- **Les répondants ayant tendance à être indépendants et à relever des défis (3 %)** représentent un segment comptant moins de personnes que tous les autres segments. Ces répondants ne se décrivent pas comme rebelles, mais ils ne se soucient pas beaucoup de ce que pensent les parents, leurs pairs, l'école ou la société. Ils s'intéressent moins à l'actualité, aux traditions ou à la religion. Ils sont moins satisfaits de leur vie, sont serrés financièrement et plus enclins à consommer des substances pour composer avec des problèmes de santé mentale ou des difficultés émotionnelles. Ils sont plus nombreux à fumer et à vapoter des produits contenant de la nicotine, mais également plus enclins à dire que le vapotage sert à arrêter de fumer.
- **Les répondants ayant tendance à être plus conformistes (11 %)** se soucient de ce que les gens pensent, valorisent l'instruction et pensent que les objectifs de vie sont importants. Ils ont tendance à ne pas adopter de comportements risqués et, bien qu'ils soient aussi susceptibles que la moyenne de vapoter des produits contenant de la nicotine ou de fumer, ils ne sont pas aussi enclins que la plupart des segments ci-dessus à décrire ces comportements ou la consommation d'autres substances comme socialement acceptables.
- **Les répondants ayant tendance à avoir le sens des valeurs (10 %)** constituent l'un des segments les plus jeunes. Ils sont parmi les moins susceptibles de vapoter des produits contenant de la nicotine ou de fumer. Ils sont très respectueux des traditions et des personnes âgées, et moins portés sur les fêtes endiablées, les amis imprévisibles, la transgression des règles ou la rébellion.
- **Les répondants ayant tendance à être des aventuriers prudents (12 %)** veulent jouir d'une vie sociale saine et heureuse, sont assez instruits, deux fois plus susceptibles de faire partie de la communauté LGBTQ2IA+ et, bien qu'ils soient moins susceptibles de juger leur santé mentale comme bonne et plus susceptibles d'avoir été confrontés à des problèmes de santé mentale ou des difficultés émotionnelles récemment, ils sont moins enclins à consommer une substance pour composer avec de tels problèmes. Ils sont moins susceptibles que la moyenne de fumer ou de vapoter des produits contenant de la nicotine, mais ils se situent autour de la moyenne pour ce qui est de l'appréciation de ces comportements, jugés comme socialement acceptables.
- **Les répondants ayant tendance à suivre les règles (14 %)** constituent le segment le plus important et le plus jeune et, comme le titre du segment et leur âge l'indiquent, ils n'ont probablement pas encore été exposés à des substances, faute d'occasions. Pour l'instant, ils n'ont pas tendance à fumer ou à vapoter des produits contenant de la nicotine et ils nourrissent les opinions les plus négatives à l'égard de ces activités, ainsi qu'à

l'égard de la consommation d'autres substances. Ils ne sont pas rebelles, respectent leurs parents et ont tendance à suivre les règles.

- Ces dix segments psychographiques présentent chacun des publics cibles uniques - aussi bien du point de vue des attitudes, du profil et des comportements que de leurs besoins en matière de communication sur les risques sanitaires du vapotage de produits contenant de la nicotine. Cette segmentation permettra aux communicateurs de hiérarchiser les publics cibles. Même si certains profils ont des traits communs, il sera possible de nuancer certains aspects clés selon la place qu'occupe chaque segment sur le spectre en question.

Section C : Groupes de discussion – Phase 2

Attitudes et comportements à l'égard de la santé et d'un mode de vie sain

- La majorité des jeunes et des jeunes adultes ont indiqué qu'ils pensaient à leur santé et qu'ils essayaient d'avoir un mode de vie sain. Pour ce faire, ils tentent de rester actifs, de manger sainement, de dormir davantage et de boire plus d'eau.
 - Les non-vapoteurs ont également indiqué qu'ils évitaient des comportements tels que la consommation de drogues, le tabac et le vapotage pour rester en bonne santé, alors que les vapoteurs réguliers ou les expérimentateurs n'ont pas souvent évoqué le fait de limiter ou d'éviter le vapotage pour ménager leur santé.
- Pour obtenir des informations, des conseils ou un soutien concernant leur santé, la plupart des personnes interrogées se tournent d'abord vers leur famille ou leurs amis, puis vers leur médecin de famille, ou encore effectuent des recherches sur Internet. Plusieurs ont mentionné qu'ils pourraient se tourner vers les médias sociaux, en particulier pour trouver des séances d'entraînement ou des conseils sur une saine alimentation, par exemple, la préparation et la planification des repas.

Comportements relatifs au vapotage et à l'arrêt du vapotage

- La plupart des utilisateurs réguliers ont été initiés au vapotage par des amis. Ils ont d'abord été curieux. Ce sont les saveurs, les nuages et les ronds de vapeur qui ont d'abord piqué leur curiosité. Ensuite, ils sont devenus dépendants très rapidement (presque instantanément).
- Les expérimentateurs/utilisateurs occasionnels ont tendance à avoir été initiés au vapotage dans des contextes sociaux. Ils déclarent ne vapoter qu'à titre récréatif, dans certaines situations sociales, notamment des fêtes.

- Pour ce qui est des non-utilisateurs, si la grande majorité d'entre eux ont déjà été invités à vapoter ou ont subi des pressions pour le faire, seuls quelques-uns ont succombé à la tentation.
- Étonnamment, lorsqu'on demande aux trois types d'utilisateurs d'effectuer un exercice d'association d'idées et d'écrire l'adjectif qui leur vient à l'esprit lorsqu'ils pensent au vapotage, on remarque de nettes différences de perceptions.
 - La plupart des non-utilisateurs ont tendance à évoquer la nature addictive du vapotage. Ils utilisent des mots comme « addictif », « addiction » ou « dépendance ». En second lieu, ils utilisent des termes qui traduisent un sentiment de dérision à l'égard du vapotage (« dégoûtant », « malsain » et « cher »). En outre, les jeunes (13 à 18 ans) parlent de « danger » et d'une activité « dangereuse ».
 - Si la plupart des expérimentateurs ont également fait référence à la nature addictive du vapotage, ils ont aussi évoqué le caractère récréatif et expérimental du vapotage avec des mots comme « social », « récréatif », « relaxant » et « apaisant ».
 - Contrairement aux deux autres groupes, les utilisateurs réguliers ont rarement parlé de la nature addictive du vapotage dans le cadre de cet exercice particulier et se sont plus souvent concentrés sur sa nature expérimentale en l'associant à quelque chose de « relaxant », « zen », « agréable » et « paisible ».
- Les participants associent divers risques au vapotage, notamment la dépendance, des lésions pulmonaires et le cancer, des problèmes respiratoires, l'altération du développement cérébral, la mauvaise circulation sanguine, une toux persistante, des problèmes de santé mentale et le coût.
 - La sensibilisation à la nicotine et à la nature addictive de la nicotine était universelle et importante. La nicotine a été évoquée spontanément comme un risque par les membres de tous les groupes et la plupart des non-utilisateurs craignaient surtout la dépendance qu'elle peut entraîner. La majorité des utilisateurs réguliers éprouvaient surtout du regret ou de l'amertume vis-à-vis du caractère addictif de la nicotine.
- Quand la discussion a porté sur les tentatives d'arrêt du vapotage, sachant que la plupart des utilisateurs réguliers ont déjà essayé au moins une fois d'arrêter, les participants ont évoqué la difficulté de gérer le sevrage de la nicotine.
- En ce qui concerne les approches utilisées pour arrêter de vapoter, de nombreux utilisateurs réguliers ont expliqué qu'ils avaient d'abord essayé d'arrêter d'un coup, avec plus ou moins de succès.

- Pour ce qui est des tentatives ultérieures d'arrêter de vapoter, la plupart des expérimentateurs ont l'impression qu'il leur sera facile de cesser, car ils vapotent rarement. Les utilisateurs réguliers étaient un peu plus partagés. Cependant, ceux qui avaient déjà essayé (« d'un coup ») avaient tendance à penser que ce serait difficile et qu'ils pourraient peut-être mieux y arriver s'ils adoptaient une approche par étape, consistant à réduire progressivement le taux de nicotine absorbée ou à limiter le nombre de séances de vapotage dans une journée ainsi que le nombre de bouffées prises à chaque fois.

Évaluation des produits de communication

- La discussion a ensuite porté sur les souvenirs et les impressions des participants concernant les campagnes de sensibilisation du public au vapotage. La discussion visait à évaluer les réactions à divers éléments de la campagne « Considère les conséquences du vapotage » de Santé Canada. On a montré aux participants trois produits imprimés (certains avec une affiche et une étiquette miroir), quatre vidéos et neuf messages.
- Au sujet des campagnes publiques de prévention du vapotage, la grande majorité des participants ont déclaré qu'ils aimeraient que les approches soient plus percutantes et présentent franchement et visuellement les risques que pose le vapotage pour la santé.

Produits imprimés

- L'accueil réservé aux produits imprimés a été mitigé.
- L'aspect des produits imprimés qui a reçu l'accueil le plus favorable est le message concernant les risques pour la santé associés au vapotage. Ces messages ont été compris, crédibles et largement acceptés.
- Le message voulant que le vapotage puisse provoquer des lésions pulmonaires et que des particules métalliques puissent se retrouver dans les produits de vapotage a été le plus convaincant, car il confirmait l'une des préoccupations des répondants au sujet du vapotage, tandis que le message selon lequel les effets à long terme du vapotage sont inconnus n'a pas été très bien reçu, car il implique que si les effets sont inconnus, ils ne peuvent pas être si mauvais que cela.
- En ce qui concerne l'aspect général et la convivialité des produits imprimés, la plupart des participants ont trouvé qu'ils n'attiraient pas l'attention et ne laissaient pas d'empreinte dans la mémoire. La présentation a été décrite comme désuète et stéréotypée.

Vidéos

- Les réactions aux vidéos ont été beaucoup plus positives et les participants ont semblé trouver un élément intéressant dans chaque vidéo.
- La vidéo qui semble avoir été la mieux accueillie par tous les publics est celle qui porte sur le vapotage et la nicotine chez les adolescents. Elle a été décrite comme attrayante (captivante), intéressante et suffisamment détaillée, notamment en ce qui concerne les risques associés au vapotage, y compris le risque d'en devenir dépendant, qui est mis en évidence.
- La vidéo *Vapotage : Il est important de demander pourquoi* a suscité des réactions un peu plus mitigées. Bien que les participants aient apprécié le dynamisme de la vidéo, sa musique et le message inspirant (l'autonomisation), ils ont trouvé la publicité un peu courte et décousue.
 - Quelques utilisateurs réguliers ont trouvé que l'idée véhiculée par la vidéo, selon laquelle il n'est pas possible de faire toutes les activités présentées dans la publicité si l'on vapote, était choquante et stigmatisante.
- En ce qui concerne la vidéo *N'attends pas pour cesser de fumer*, de nombreux participants ont aimé le message selon lequel on a toujours de bonnes raisons de remettre au lendemain l'arrêt du tabac et le fait qu'on insiste sur les conséquences du tabagisme sur la vie d'une personne.
 - Mais, là encore, pour les utilisateurs réguliers, l'idée qu'ils ne seraient pas en mesure d'accomplir nombre de ces étapes de la vie était quelque peu stigmatisante.
- En ce qui concerne la vidéo *Le fonctionnement du vapotage*, le sérieux du ton – grâce aux effets de la musique, de la voix narrative et des couleurs sombres – est particulièrement efficace selon les répondants. Mais la plupart d'entre eux n'a pas compris l'objectif de la publicité et n'a pas eu l'impression qu'elle était destinée à dissuader les gens de vapoter.

Messages

- La plupart des messages ont été jugés crédibles.
- Comme pour les vidéos, la plupart des participants ont apprécié au moins un message ou certains mots de chacun des trois axes thématiques : l'autonomisation, cessation et dépendance.

- Les personnes qui s'identifient comme des hommes semblent retenir davantage les messages relatifs à l'autonomisation, tandis que celles qui s'identifient comme des femmes semblent retenir les messages relatifs à la dépendance.

Risques liés à la nicotine, y compris les sachets de nicotine

- Plusieurs participants, et plus souvent des utilisateurs réguliers de produits de vapotage, avaient entendu parler des sachets de nicotine. La plupart les désignaient par leur marque et les décrivaient comme une catégorie de produits.
- En ce qui concerne leur compréhension de l'utilisation des sachets de nicotine et de leur finalité, il semble que les avis soient divergents. Certains ont signalé que les sachets servent à des personnes essayant d'arrêter de fumer. D'autres ont dit que les jeunes, y compris eux-mêmes, s'en servent pour absorber une dose de nicotine lorsqu'ils veulent rester éveiller de longues heures.

Firme de recherche : Groupe Earncliffe Stratégie (Earncliffe)

Numéro de contrat : CW2335163

Valeur du contrat : 249 836,84 \$

Date d'attribution du contrat : Le 25 octobre 2023

Déclaration de neutralité politique

En tant que représentante du Groupe Earncliffe Stratégies, je certifie par la présente que les produits livrés sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et dans la *Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique*. Plus précisément, les produits livrés ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions de l'électorat ou les évaluations de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :

Date : Le 3 mai 2024



Stephanie Constable
Directrice, Earncliffe