



Santé
Canada

Health
Canada

Sondage sur la sensibilisation du public aux méfaits liés à l'alcool

Résumé exécutif

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Nanos Research

Numéro de contrat : CW2242531

Valeur du contrat : 296 738,57 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution : 2022-09-07

Date de livraison : 2023-08-02

Numéro d'enregistrement : POR-055-22

Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à l'adresse suivante : HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca.

This report is also available in English.

Canada 

Sondage sur la sensibilisation du public aux méfaits liés à l'alcool

Résumé exécutif

Préparé pour Santé Canada par Nanos Research

Août 2023

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Santé Canada. Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à l'adresse suivante : HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca.

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Services publics et Approvisionnement Canada, 2023.

Direction générale des communications
Santé Canada
200, Promenade Eglantine
AL 1915C, Pré Tunney
Ottawa, ON K1A 0K9

Numéro de catalogue : H14-460/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-68101-6

Also available in English under the title *Public Awareness of Alcohol-related Harms Survey*.

Numéro de catalogue : H14-460/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-68102-3

Sommaire de gestion

Contexte et objectifs

L'alcool est une substance psychoactive légale et populaire qui revêt une importance particulière sur le plan social et culturel au Canada comme dans de nombreuses régions du monde. De nombreux Canadiens associent la consommation d'alcool à des événements sociaux agréables, comme des festivals de musique, des fêtes, regarder des événements sportifs et/ou pour relaxer ou à faire face à des situations difficiles. Notre société tolère, soutient et, dans certains cas, encourage la consommation d'alcool, par exemple par le biais de promotions sur les « boissons du jour » et de prix de vente sur certaines marques. L'alcool joue également un rôle important dans l'économie canadienne, générant des emplois et des revenus fiscaux pour les gouvernements.

Bien que l'alcool soit socialement accepté et que sa consommation soit largement tolérée et encouragée, particulièrement par rapport à d'autres substances, celle-ci a l'une des plus importantes répercussions sur la santé et le bien-être des Canadiens par rapport aux autres substances. En 2020, il y a eu plus de 17 000 décès liés à la consommation d'alcool et 652 000 visites aux urgences au Canada, incluant des décès dus à des surdoses d'alcool et à la conduite avec facultés affaiblies¹. L'alcool est la substance la plus coûteuse, avec des coûts de 19,67 milliards de dollars pour la société canadienne en termes de coûts directs de soins de santé, d'application de la loi et de la perte de productivité¹. Bien que davantage de décès puissent être attribués au tabagisme, la consommation d'alcool est celle qui coûte le plus cher, car elle peut être attribuée à des blessures et à des décès à un plus jeune âge et est donc responsable de la perte d'un plus grand nombre d'années de vie productive. En 2020, la consommation d'alcool représentait le coût le plus important pour le système de justice pénale, soit près de 4,0 milliards de dollars, équivalent à 39,8 % des coûts pour le système de justice pénale². Les données démontrent que la consommation d'alcool constitue un grave problème de santé publique qui a d'importantes répercussions sur les Canadiens.

- L'alcool est lié à plus de 200 maladies et pathologies, notamment à l'hépatite alcoolique, les troubles du spectre de l'alcoolisation fœtale (TSAF), les maladies cardiovasculaires et le cancer³.
- La consommation d'alcool augmente le risque de sept types de cancer, notamment le cancer de la bouche, du larynx, du pharynx, de l'œsophage, du foie, du côlon et du sein⁴.
- Le cancer est la principale cause de mortalité attribuable à l'alcool, tant chez les hommes que chez les femmes⁵.
- Les jeunes, les femmes et les Autochtones sont touchés de manière disproportionnée par la surconsommation. Environ 25 % des jeunes de 7e à la 12e année ont consommé de l'alcool de manière

¹Tableau de bord des Coûts et méfaits de l'usage de substances au Canada. Disponible sur : <https://cemusc.ca/consulter-les-donnees/>. Consulté le 2023-08-29.

²Groupe de travail scientifique sur les coûts et les méfaits de l'usage de substances au Canada. Coûts et méfaits de l'usage de substances au Canada (2015-2017), Coûts et méfaits de la consommation de substances au Canada 2007-2020. préparé par l'Institut canadien de recherche sur l'usage de substances et le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, Ottawa (Ont.), Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, 2020.

³Rehm, J., Mathers, C., Popova, S., Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y. et Patra, J. (2009). Global burden of disease and injury and economic cost attributable to alcohol use and alcohol-use disorders. *The Lancet*, 373 (9682),2223-2233.

⁴Monographie du Centre international de recherche sur le cancer. (2014). Monographies du CIRC sur l'évaluation des risques cancérigènes pour l'homme. Disponible sur <https://monographs.iarc.fr/wp-content/uploads/2018/08/14-002.pdf>.

⁵Sherk, A., Stockwell, T., Rehm, J., Dorocicz, J., Shield, KD et Churchill, S. (2020). The international model of alcohol harms and policies: A new method for estimating alcohol health harms with application to alcohol-attributable mortality in Canada. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 81(3), 339-351.

excessive en 2019⁶ et le taux de mortalité attribuable à l'alcool chez les femmes a augmenté de 26 % entre 2001 et 2017, comparativement à une augmentation d'environ 5 % pour les hommes au cours de la même période⁷.

Les coûts et les méfaits de la consommation d'alcool sont bien documentés, et 75 % des Canadiens comprennent généralement que la consommation d'alcool peut augmenter le risque de développer des problèmes de santé graves⁸. Cependant, il existe peu de données nationales disponibles sur la sensibilisation des Canadiens aux méfaits **spécifiquement** attribués à l'alcool. Par exemple, un sondage mené en 2017-2018 au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest a démontré un faible niveau de connaissances générales concernant les risques pour la santé liés à la consommation d'alcool, avec seulement 23 % étant conscients que l'alcool augmentait le risque de cancer du sein⁹. Selon un rapport de recherche sur l'opinion publique de 2019, seulement 32 % des répondants étaient familiers avec les directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada, et seulement environ la moitié des personnes interrogées savaient à quoi correspondait un verre standard de bière¹⁰. Compte tenu de ce qui précède, cette initiative fournira une analyse nationale exhaustive et à jour de la sensibilisation des Canadiens aux méfaits spécifiques de l'alcool.

Buts et objectifs

L'objectif global de la recherche est d'établir les points de référence de l'opinion et des connaissances des Canadiens concernant l'alcool et les risques associés à sa consommation.

Les objectifs spécifiques de la recherche étaient les suivants :

- Établir les points de référence de la sensibilisation à diverses maladies causées par l'alcool, notamment le cancer, les maladies cardiaques et les maladies du foie parmi d'autres ;
- Établir les points de référence sur la sensibilisation au lien causal entre de faibles niveaux de consommation d'alcool et les maladies ;
- Évaluer les habitudes de consommation d'alcool, notamment la quantité d'alcool consommée, à quelle fréquence et le niveau moyen de consommation ;
- Établir les points de référence sur la sensibilisation selon le niveau de consommation d'alcool ;
- Établir les points de référence sur la sensibilisation aux directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada et sur qu'est-ce qu'un verre standard ;
- Quantifier l'opinion des Canadiens à l'égard de diverses politiques ou initiatives en matière d'alcool visant à accroître la sensibilisation, y compris l'étiquetage ;
- Évaluer les perceptions des risques associés à la consommation d'alcool ;
- Segmenter les répondants qui ont consommé de l'alcool au cours des 12 derniers mois et ceux qui n'ont pas consommé d'alcool au cours des 12 derniers mois selon les scores de littératie en santé à l'aide de l'outil d'évaluation Nouveau signe vital (NSV) ; et,

⁶Santé Canada. (2019). Résumé des résultats de l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues chez les élèves 2018-2019. Disponible à <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/enquete-canadienne-tabac-alcool-et-drogues-eleves/2018-2019-sommaire.html>

⁷Institut canadien d'information sur la santé. (2018). Les méfaits de l'alcool sont en hausse chez les Canadiennes. Disponible sur <https://www.cih.ca/fr/les-mefaits-de-l-alcool-en-augmentation-pour-les-femmes-canadiennes>.

⁸Earncliffe Strategy Group. (2019). Enquête de suivi et recherche qualitative sur la sensibilisation, les connaissances et les comportements aux opioïdes pour l'éducation du public. Rapport final préparé pour Santé Canada.

⁹Vallance, K., Stockwell, T., Zhao, J., Shokar, S., Schoueri-Mychasiw, N., Hammond, D. & Hobin, E. (2020). Baseline assessment of alcohol-related knowledge of and support for alcohol warning labels among alcohol consumers in northern Canada and associations with key sociodemographic characteristics. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 81(2), 238-248.

¹⁰Earncliffe Strategy Group. (2019). Enquête de suivi et recherche qualitative sur la sensibilisation, les connaissances et les comportements aux opioïdes pour l'éducation du public. Rapport final préparé pour Santé Canada.

- Établir les points de référence sur l'intention de modifier les habitudes de consommation d'alcool en fonction de leur connaissance des risques pour la santé.

Méthodologie

Le sondage est composé de 9,812 Canadiens, âgés de 16 ans et plus. Le sondage a été mené partout au Canada dans chaque province et territoire entre le 13 février et le 30 juin 2023.

L'échantillon du sondage a été tiré de deux sources :

- 1) Le panel de probabilité Nanos, qui contient environ 50 000 Canadiens recrutés au hasard pour faire partie du panel par des lignes terrestres et cellulaires avec des agents en direct.
- 2) Recrutement aléatoire par lignes terrestres et cellulaires et administration du sondage en ligne.

L'échantillon résultant comprend des Canadiens qui ont tous été recrutés au hasard par téléphone. Il s'agit donc d'un échantillon probabiliste qui permet d'associer une marge d'erreur à la recherche. L'échantillon probabiliste recruté au hasard a une marge d'erreur de +/-1,0 % à un intervalle de confiance de 95 %. Les résultats sont pondérés en fonction des proportions de population par région, âge et sexe du recensement de 2021. Des tests du chi carré ont été utilisés pour comparer les sous-groupes à l'échantillon restant (par exemple, l'Ontario par rapport au reste du Canada ; les 16 à 19 ans par rapport au reste du Canada ; les femmes par rapport aux hommes).

Tous les répondants ont pris part au sondage auto-administré en ligne.

Principales conclusions

Niveau de sensibilisation des campagnes d'éducation à propos de l'usage de l'alcool

Les répondants ont déclaré le plus souvent avoir vu ou entendu des campagnes d'éducation ou des messages de santé ou sécurité publique au sujet de l'alcool à la télévision/radio (59 %), suivis par les médias sociaux (25 %), les journaux ou magazines (25 %), des affiches ou panneaux publicitaires (20 %), dans des établissements de soins de santé (17 %), à l'intérieur/ l'extérieur de magasins qui vendent de l'alcool (16 %) et via des sites Web autre que les médias sociaux (11 %) au cours des 12 derniers mois. Dix-neuf pour cent (19 %) ont déclaré n'avoir remarqué aucune campagne d'éducation ni aucun message de santé publique.

Connaissance des Directives de consommation d'alcool (DCA)

Une majorité disent avoir entendu parler ou connaître les « Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada » ou des « Repères canadiens sur l'alcool et la santé » (59 %), tandis que trois sur dix (35 %) déclarent ne pas en avoir entendu parler et sept pour cent des répondants disent ne pas le savoir.

Les répondants qui ont dit connaître les directives de consommation ont le plus souvent déclaré avoir entendu parler de ces directives pour la première fois à la télévision/radio (61 %), suivi par les journaux ou magazines (12 %), les médias sociaux (8 %), les sites Web autres que les médias sociaux (7%) et le bouche à oreille (3%).

Connaissance des mesures de verre standard (MVS)

Plus de quatre répondants sur dix (41 %) ont choisi le vin comme alcool qu'ils consomment habituellement, tandis que plus d'un répondant sur quatre a choisi la bière (27 %), plus d'un sur cinq a choisi les spiritueux (21 %) et sept pour cent ont sélectionné le cidre/coolers.

Trois répondants sur cinq (60 %) ont dit avoir entendu parler du terme « verre standard ».

Lorsqu'on leur présente l'image d'une bouteille de l'alcool qu'ils disent boire habituellement, les buveurs de bière ont, en moyenne, répondu correctement qu'une bouteille contient un verre standard (moyenne de 1,2). Tandis que, ceux qui boivent des cidres/*coolers* ont déclaré en moyenne que la bouteille illustrée en contient un verre standard et demi (moyenne de 1,5 – la bonne réponse étant de 1 verre). La moyenne des buveurs de vin a déclaré, à tort, que la bouteille de vin présentée contenait six verres standards (moyenne de 6,3 – la bonne réponse étant de 5 verres), et ceux qui disent boire habituellement des spiritueux ont déclaré incorrectement, en moyenne, que la bouteille de spiritueux présenté contenait 22 verres standard (la réponse correcte étant de 17 boissons).

Comportements autodéclarés de consommation d'alcool

Au cours d'une semaine typique, les répondants étaient plus susceptibles de déclarer boire davantage la fin de semaine plutôt qu'en semaine. En moyenne, ils disent boire le plus les samedis (moyenne de 1,6 verre), suivis des vendredis (moyenne de 1,3 verre) et des dimanches (0,7 verre). Au cours d'une semaine typique, les répondants disent avoir bu, en moyenne, moins d'un verre les lundis (0,4 verre), les mardis (0,4 verre), les mercredis (0,5 verre) et les jeudis (0,5 verre).

Connaissance des risques de l'alcool sur la santé

Dans l'ensemble, plus de huit répondants sur dix pensent que la consommation de tout nombre de verres standard (au moins 1 à 2 verres standard d'alcool) par semaine augmente les risques de complications pour le fœtus pendant la grossesse (84 %). Une plus grande proportion de répondants pense que le risques de complications pour le fœtus pendant la grossesse augmente avec la consommation de 3 à 6 verres standard d'alcool par semaine (92 %) ou de 7 verres standard ou plus par semaine (95 %).

Environ trois répondants sur dix pensent que boire 1 à 2 verres standards par semaine augmente le risque de plusieurs cancers (du côlon, de la gorge, du sein et de la bouche). Cela augmente à environ quatre sur dix répondants pour 3 à 6 verres standards par semaine et à environ un sur deux pour 7 verres standard ou plus par semaine.

Les répondants étaient moins susceptibles de penser que l'alcool augmente le risque d'arthrite quel que soit le nombre de verres standards consommés par semaine (1-2 : 17 % ; 3-6 : 31 % ; 7 ou plus : 43 %) et étaient plus susceptibles de penser que l'alcool diminue le risque de maladies cardiaques par rapport à d'autres problèmes de santé (1 à 2 verres : 6 % ; 3 à 6 verres : 3 % ; 7 verres ou plus : 1 %).

Il est important de noter que les problèmes de santé ayant une proportion plus faible de réponses correspondant à « augmente le risque » avaient également une proportion plus élevée de répondants indiquant être incertains. Plus d'un participant sur cinq n'était pas sûr de l'impact de l'alcool sur le cancer du côlon, un taux de cholestérol élevé, le cancer de la gorge, le cancer du sein, le cancer de la bouche et l'arthrite, quel que soit le nombre de verres consommés par semaine.

Utilisation autodéclarée des informations figurant sur l'étiquette

Étiquette de risque

Près de six répondants sur dix (55 %) ont déclaré que les étiquettes d'avertissement affichant les risques sérieux de l'alcool sur la santé (y compris que cela peut causer le cancer) les inciteraient à réfléchir aux méfaits causés par l'alcool, que ce soit dans une faible mesure (31 %) ou dans une mesure modérée (24 %), tandis qu'environ

un sur cinq (19 %) a répondu dans une large mesure (13 %) ou dans une très large mesure (6 %), et environ un sur quatre a déclaré que cela ne le ferait pas du tout réfléchir (23 %). Après avoir vu l'étiquette, une part croissante de répondants ont indiqué cela les ferait réfléchir aux méfaits de l'alcool dans une large mesure (17 %) ou dans une très large mesure (10 %) et 21 pour cent ont continué à dire que cela ne les ferait pas du tout réfléchir.

Un répondant sur deux (50 %) a déclaré qu'une étiquette affichant les risques de l'alcool sur la santé l'inciterait à envisager de réduire sa consommation d'alcool ou à parler à d'autres de la possibilité de réduire leur consommation d'alcool dans une mesure faible (29 %) ou modérée (21 %), tandis qu'une personne sur cinq a répondu dans une large mesure (12 %) ou dans une très large mesure (6 %), et 28 % affirment que cela ne les inciterait pas du tout à envisager de réduire leur consommation d'alcool. Lorsqu'on leur a montré l'étiquette, un peu moins d'une personne sur quatre (24 %) a déclaré que cela les inciterait à réfléchir à réduire leur consommation ou à suggérer aux autres de réduire leur consommation dans une large mesure (15 %) ou dans une très large mesure (9 %), ce qui représente une augmentation marginale. Vingt-cinq pour cent continuent de dire que l'étiquette ne les inciterait pas du tout à réduire leur consommation.

Étiquette de verre standard

Lorsqu'on leur montre l'étiquette affichant le nombre de verre standard pour une bouteille d'alcool, près de six répondants sur dix (57 %) ont déclaré qu'ils utiliseraient cette information pour les aider à surveiller le nombre de verres consommés, tandis qu'environ une personne sur trois (30 %) a déclaré qu'il n'utiliserait pas ces informations et treize pour cent étaient incertains.

Étiquette indiquant des limites de consommation

Environ un répondant sur deux (51 %) a déclaré que l'étiquette d'avertissement indiquant les limites de consommation l'inciterait à réfléchir à réduire sa consommation d'alcool ou à suggérer aux autres de réduire leur consommation dans une faible mesure (26 %) ou dans une mesure modérée (25 %), tandis que moins d'un sur quatre a déclaré que l'étiquette d'avertissement les inciterait à y réfléchir dans une large mesure (16 %) ou dans une très large mesure (8 %) et 22 pour cent ont déclaré qu'ils n'y penseraient pas du tout.

Soutien pour l'étiquetage de l'alcool

Les répondants sont le plus souvent fortement d'accord (26 %) ou d'accord (36 %) avec le fait que les canettes et les bouteilles de boissons alcoolisées devraient afficher le nombre de verres standard par contenant afin d'aider les consommateurs à suivre le nombre de verres qu'ils consomment. Cela est suivi par ceux qui sont d'accord avec le fait que les canettes et les bouteilles devraient afficher des conseils pour réduire les risques de l'alcool sur la santé pour informer les consommateurs du niveau de risque associé au nombre de verres consommés (24 % fortement d'accord ; 36 % d'accord). Un peu plus d'une personne sur deux est fortement d'accord (23 %) ou d'accord (31 %) avec le fait que les canettes et les bouteilles devraient afficher des mises en garde sanitaires décrivant le lien entre l'alcool et ses méfaits sur la santé afin de sensibiliser le public.

Les répondants étaient trois fois plus susceptibles d'être fortement en désaccord (28 %) ou en désaccord (30 %) avec le fait que l'alcool devrait continuer d'être exempté des avertissements sanitaires actuellement requis sur les emballages de produits de tabac et de cannabis, plutôt que d'être d'accord (13 %) ou fortement d'accord (9 %).

Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 296 738,57 \$ (TVH incluse).

Nom du fournisseur : Nanos Research

Numéro de contrat de TPSGC : CW2242531

Date du contrat d'origine : 2022-09-07

Pour plus d'informations, veuillez contacter le ministère à HC.cpab.por-rop.dgcap.SC@canada.ca.

Déclaration de neutralité politique et coordonnées

Cette attestation doit être soumise avec le rapport final soumis au chargé de projet.

Je certifie, en tant que représentant de Nanos Research, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'identité fédérale et la Directive sur la gestion des communications du gouvernement du Canada. Plus précisément, les livrables n'incluent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, la position des partis auprès de l'électorat ou les évaluations de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Nik Nanos

Scientifique en chef des données et Président

Nanos Research

nik@nanos.co

(613) 234-4666 poste 237