

Page récapitulative sur l'achat des produits de vapotage avec saveur au cours des 12 derniers mois

Étude sur le vapotage au Québec



1

À propos de la
recherche



Contexte et méthodologie

Contexte et objectifs	Léger a été mandatée par British American Tobacco (BAT) afin de mener une étude auprès de la population générale du Québec âgée de 18 ans et plus portant principalement sur la consommation de cigarettes électroniques (vapotage). L'objectif principal du mandat était de recueillir des données représentatives de la population cible sur les habitudes de consommation de cigarettes électroniques. L'étude mesure notamment l'incidence des personnes qui vapotent dans la population du Québec, la fréquence et l'évolution de la consommation au cours des 12 derniers mois, en plus de dresser la liste des produits de vapotage achetés et les points de ventes utilisés dans la dernière année. Finalement, l'étude vise à montrer qu'en dépit de la nouvelle réglementation en vigueur depuis le 31 octobre 2023 visant à mieux encadrer la vente des produits de vapotage, plusieurs consommateurs se procurent encore des produits dont la vente est maintenant proscrite.
Méthode	Pour atteindre les objectifs de recherche, un sondage en ligne a été réalisé auprès du panel LEO (panel de Léger).
Échantillon	L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 répondant·e·s du Québec , pouvant s'exprimer en français ou en anglais, âgé·e·s de 18 ans et plus. Parmi ces répondant·e·s, un quota de 500 consommateur·trice·s de cigarettes électroniques a été imposé, afin d'assurer un échantillon suffisamment grand pour analyser les résultats spécifiquement auprès de cette cible.
Période	La collecte de données s'est déroulée du 10 au 15 octobre 2024 . La durée médiane de complétion du sondage a été de 4 minutes .
Pondération	Afin d'assurer un échantillon représentatif de la population à l'étude, les résultats ont été pondérés sur la base administrative du projet selon le sexe, l'âge, la région, la langue, la scolarité, la présence d'enfant·s dans le foyer et la proportion réelle de consommateur·trice·s de cigarettes électroniques dans la population.

NOTES AUX LECTEURS

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

Les données en **gras vert** signalent une proportion **significativement supérieure** à celle des autres répondant·e·s. À l'inverse, les données en **gras rouge** signalent une proportion **significativement inférieure** à celle des autres répondant·e·s.

2

À retenir



Fiche récapitulative – Achat de produits de vapotage avec saveur au cours des 12 derniers mois

Quels types de **e-liquide et/ou pods et autres produits de vapotage** avez-vous achetés pour votre cigarette électronique au cours des 12 derniers mois ?*

Base : Les consommateur·trice·s de cigarettes électroniques (n=500)



61%

ont acheté des produits avec saveur (autre que celle de tabac), dont la vente est pourtant interdite dans le cadre de la nouvelle réglementation.

⚠ E-liquide/pods avec **saveur de fruits** 43%

⚠ E-liquide/pods avec **saveur de menthe** 19%

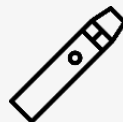
⚠ E-liquide/pods avec **d'autres saveurs** 13%

⚠ « **Flavour shots** » 11%

Où vous êtes-vous procuré ces produits, précisément ?*

Base : Les acheteur·euse·s de e-liquides, pods et « flavour shots » avec saveur / aromatisés (n=309)

Dans une boutique spécialisée de vapotage (vape shop)



40%

En ligne



31%

Autres



38%

Étiez-vous conscient·e qu'on vous avait vendu un produit **interdit** dans le cadre de la nouvelle réglementation ?

Base : Les acheteur·euse·s de e-liquides, pods et « flavour shots » avec saveur / aromatisés (n=309)

% OUI

47%





L'intelligence des données

leger360.com