

PRESSE CANADIENNE / LÉGER MARKETING

Les Canadiens et la consommation d'alcool

Rapport



1.0 Constats de l'étude

- Un Canadien sur dix aurait conduit un véhicule avec les facultés affaiblies.

Question : *Personnellement, au cours des trois dernières années, avez-vous conduit un véhicule alors que votre consommation d'alcool dépassait ou pouvait dépasser la limite permise par la loi ?*

n=1500	OUI	NON	Ne sait pas / Refus
Canada	10%	89%	2%

- Des messages publicitaires efficaces contre l'alcool au volant mais pas assez nombreux.

Question : *À votre avis, est-ce que les messages publicitaires contre l'alcool au volant sont OUI ou NON... ?* (Les pourcentages représentent les réponses positives)

n=1500	... efficaces	... trop dramatiques	... trop violents	... pas assez nombreux	Aucun de ces choix	Ne sait pas
Canada	65%	10%	8%	57%	7%	1%

- La moitié de la population du Canada consommerait plus souvent certaines boissons alcooliques qu'il y a trois ans.

Question : *Comparativement à il y a trois ans, diriez-vous que vous consommez plus souvent... ?* (Les pourcentages représentent les réponses positives)

n=1500	Total
... du vin	27%
... des spiritueux ou autres alcools forts	12%
... de la bière commerciale (Labatt, Molson)	13%
... de la bière de qualité supérieure	14%
Aucune de ces boissons	53%
Ne sait pas/ Refus	1%

- Les Canadiens préfèrent le vin canadien.

Question : *Quel vin préférez-vous...?*

n=1500	Total
... le vin canadien	27%
... le vin français	16%
... le vin italien	8%
... le vin chilien	4%
... le vin américain	2%
... ou le vin provenant d'un autre pays	9%
Aucun / fait son propre vin	26%
Ne sait pas/ Refus	10%

2. Résultats

2.1 Un Canadien sur dix aurait conduit un véhicule avec les facultés affaiblies

10% des Canadiens auraient personnellement conduit un véhicule alors que leur consommation d'alcool dépassait ou pouvait dépasser la limite permise par la loi, tandis que 89% n'auraient pas enfreint cette loi.

Ces citoyens sont davantage des hommes (13%), des 18-24 ans (16%), des francophones (13%), des Québécois (14%) et des gens de la Colombie-Britannique (14%) et des travailleurs manuels (15%).

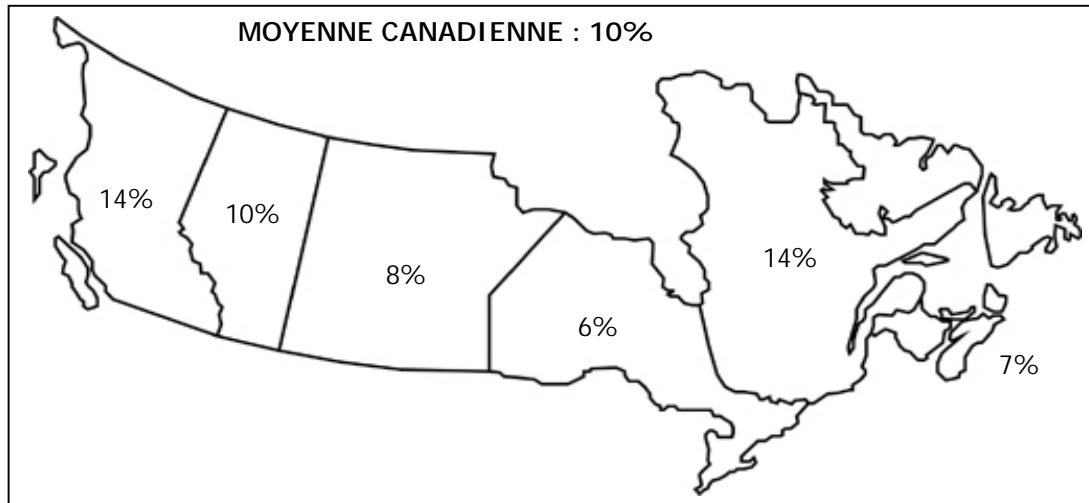
Parmi les personnes les plus respectueuses de la loi, on retrouve 93% des femmes, 96% des plus de 65 ans, 92% des Ontariens, 97% des personnes qui travaillent au foyer et 92% de la population inactive.

D'autre part, 79% des Canadiens indiquent que moins de personnes de leur entourage conduisent leur véhicule en état d'ébriété alors que 10% estiment que rien n'a changé et que 5% disent qu'il y en a plus.

Question : *Personnellement, au cours des trois dernières années, avez-vous conduit un véhicule alors que votre consommation d'alcool dépassait ou pouvait dépasser la limite permise par la loi ?*

n=1500	OUI	NON	Ne sait pas / Refus
Provinces Atlantiques	7%	91%	2%
Québec	14%	85%	0%
Ontario	6%	92%	2%
Prairies	8%	89%	3%
Alberta	10%	90%	1%
Colombie-Britannique	14%	83%	4%
Canada	10%	89%	2%

Proportions des Canadiens qui auraient conduit un véhicule avec les facultés affaiblies



2.2 Des messages publicitaires efficaces contre l'alcool au volant mais pas assez nombreux

65% des Canadiens sont d'avis que les messages publicitaires contre l'alcool au volant sont efficaces alors que 57% trouvent qu'ils ne sont pas assez nombreux, que 10% les trouvent trop dramatiques et 8% les disent trop violents.

Si toutes les strates de la population sont d'un avis plus ou moins semblable quant à l'efficacité des messages, on note quelques petites variances en ce qui a trait à la fréquence de ces messages. En effet, 60% des femmes, 62% des francophones, 65% des résidents des Provinces Atlantiques, 62% des Québécois et 62% des professionnels voudraient en voir plus.

Par contre, 53% des hommes, 50% des plus de 65 ans, 48% des allophones, 38% des gens des Prairies, 48% des retraités et 52% de la population inactive représentent les groupes les moins portés à trouver que ces messages ne sont pas assez nombreux.

Question : À votre avis, est-ce que les messages publicitaires contre l'alcool au volant sont OUI ou NON.. ? (Les pourcentages représentent les réponses positives)

n=1500	... efficaces	... trop dramatiques	... trop violents	... pas assez nombreux	Aucun de ces choix	Ne sait pas
Provinces Atlantiques	67%	9%	6%	65%	4%	0%
Québec	66%	15%	12%	62%	5%	0%
Ontario	65%	9%	7%	52%	9%	2%
Prairies	65%	13%	12%	38%	11%	3%
Alberta	68%	6%	8%	63%	3%	0%
Colombie-Britannique	58%	9%	3%	61%	9%	2%
Canada	65%	10%	8%	57%	7%	1%

2.3 La moitié de la population du Canada consommerait plus souvent certaines boissons alcooliques qu'il y a trois ans

46% de l'ensemble des Canadiens consommeraient plus souvent certaines boissons alcooliques (vins, bières et alcools) qu'ils ne le faisaient il y a trois ans alors que 53% n'en consommeraient pas plus souvent.

Ainsi, 27% consomment plus souvent du vin, 14% de la bière de qualité supérieure (de microbrasseries et importées), 13% de la bière commerciale et 12% plus souvent des spiritueux ou autres alcools.

39% des francophones par rapport à 22% des anglophones, 41% des Québécois par rapport à 16% des gens des Provinces Atlantiques, 31% des 25-34 ans par rapport à 23% des 45-54 ans, 38% des hauts salariés contre 20% de ceux qui ont un revenu inférieur à 20,000 \$, 35% des professionnels contre 16% des travailleurs manuels et 38% des diplômés universitaires contre 15% des gens ayant un niveau primaire consomment plus souvent du vin.

En ce qui a trait à la bière de qualité supérieure, 17% des hommes, 28% des 18-24 ans, 21% des allophones, 18% des Québécois 17% des hauts salariés, 19% des professionnels, 30% des étudiants et 21% des diplômés universitaires en consomment plus souvent qu'il y a trois ans.

La bière commerciale est aujourd'hui plus souvent consommée par 17% des hommes, 32% des 18-24 ans, 18% des travailleurs manuels et 26% des étudiants, qu'il y a trois ans.

Quant aux spiritueux ou aux autres alcools forts, 34% des 18-24 ans, 19% des gens des Paires et 27% des étudiants en consommeraient plus souvent.

Question : *Comparativement à il y a trois ans, diriez-vous que vous consommez plus souvent ?* (Les pourcentages représentent les réponses positives)

n=1500	Total	Hommes	Femmes	Langue maternelle français	Langue maternelle anglais	Langue maternelle autre
... du vin	27%	26%	29%	39%	22%	35%
... des spiritueux ou autres alcools forts	12%	14%	11%	13%	12%	12%
... de la bière commerciale (Labatt, Molson)	13%	17%	9%	16%	11%	17%
... de la bière de qualité supérieure	14%	17%	11%	17%	12%	21%
Aucune de ces boissons	53%	49%	56%	46%	56%	45%
Ne sait pas/ Refus	1%	2%	1%	2%	1%	2%

2.4 Les Canadiens préfèrent le vin canadien

Dans l'ensemble du pays, les consommateurs préfèrent le vin canadien. En effet, 27% des Canadiens préfèrent le vin canadien, 16% le vin français, 8% le vin italien, 4% le vin chilien, 2% le vin américain et 9% des vins provenant d'autres pays.

On constate cependant une différence de préférence entre le Québec et les autres provinces. Ainsi, 38% des Québécois préfèrent le vin français alors que chez les Ontariens la proportion se situe à 11%. Par contre, 40% des gens de Colombie-Britannique et 35% des Ontariens préfèrent le vin canadien tandis qu'il n'est le choix que de 6% des Québécois. Quant au vin italien, 15% des Québécois le préfèrent contre 1% de la population des Provinces Atlantiques.

Question : *Quel vin préférez-vous ?*

n=1500	... le vin français	... le vin canadien	... le vin américain	... le vin italien	... le vin chilien	... ou le vin provenant d'un autre pays	Aucun / fait son propre vin	Ne sait pas / Refus
Provinces Atlantiques	9%	30%	2%	1%	1%	7%	35%	15%
Québec	38%	6%	1%	15%	6%	9%	17%	9%
Ontario	11%	35%	3%	6%	2%	8%	25%	9%
Prairies	3%	27%	2%	4%	2%	14%	34%	14%
Alberta	7%	23%	6%	8%	7%	10%	33%	7%
Colombie-Britannique	7%	40%	1%	5%	2%	6%	26%	12%
Canada	16%	27%	2%	8%	4%	9%	26%	10%

3.0 Méthodologie

La présente étude effectuée par Léger Marketing a été réalisée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1500 Canadiennes et Canadiens âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Les entrevues ont été réalisées à partir de nos centraux téléphoniques de Montréal et de Winnipeg du 2 au 7 avril 2002. Nous avons la possibilité d'effectuer jusqu'à 10 appels dans les cas de non-réponse.

À l'aide des données de Statistiques Canada, les résultats ont été pondérés selon les régions, le sexe et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population adulte du Canada. Finalement, nous obtenons avec les 1500 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de $\pm 2,6\%$, et ce, 19 fois sur 20.