



MONTRÉAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025



SONDAGE PORTANT SUR L'ACCEPTABILITÉ SOCIALE DES SUBSTANCES PSYCHOACTIVES : ALCOOL ET CANNABIS

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ À L'ASSOCIATION POUR LA SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC

Le présent rapport porte sur l'acceptabilité sociale des substances psychoactives : alcool et cannabis.

03	/CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
05	/FAITS SAILLANTS
07	/CHAPITRE 1 : L'ALCOOL
21	/CHAPITRE 2 : LE CANNABIS
33	/CHAPITRE 4 : PROFIL

ANNEXES

- /1.** MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2.** QUESTIONNAIRE (SOUS PLI SÉPARÉ)
- /3.** TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS, INCLUANT LE GUIDE DE LECTURE DES TABLEAUX (SOUS PLI SÉPARÉ)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



CONTEXTE

L'ASPQ a comme projet de publier, en septembre 2016, les résultats d'un vaste sondage afin de mieux connaître l'opinion des Québécoises et des Québécois à l'égard de deux dossiers prioritaires de l'Association : l'alcool et le cannabis.



OBJECTIFS

Cette étude vise principalement à recueillir l'opinion de la population québécoise par rapport à ces substances, notamment ses perceptions, ses attitudes et ses comportements, ainsi que d'identifier les enjeux inhérents à leur consommation.

Le présent rapport porte sur l'acceptabilité sociale des substances psychoactives : alcool et cannabis.



POPULATION CIBLE Résidents du Québec, âgés de 15 ans ou plus.



ÉCHANTILLONNAGE 4 250 répondants, avec un objectif de 100 répondants par région sociosanitaire, au moyen de 3 volets de collecte.

- Volet A par Internet auprès d'un échantillon probabiliste de 3 746 internautes adultes du Québec de 18 ans et plus, préalablement recrutés par téléphone (Panel Or de SOM);
- Volet B par Internet auprès de 75 mineurs de 15 à 17 ans (« boule de neige » sans mot de passe);
- Volet C par téléphone auprès de 429 répondants correspondant à des strates à compléter pour essayer d'atteindre au moins 100 questionnaires complétés par région sociosanitaire.



COLLECTE Collecte du 3 au 22 août 2016.
Taux de réponse pour le volet A par Internet auprès d'internautes du Québec : 38 %;
Taux de réponse pour le volet B par Internet auprès des mineurs de 15 à 17 ans : non disponible en raison du mode de collecte;
Taux de réponse pour le volet C par téléphone auprès des strates à compléter : 36 %.



PONDÉRATION Les données ont été pondérées de façon à refléter la répartition de la population des résidents du Québec, âgés de 15 ans ou plus.
Les critères de pondération utilisés correspondent au nombre de résidents par âge, par sexe et par région sociosanitaire, à la proportion de personnes seules et à la distribution selon la langue maternelle pour les trois régions (Région métropolitaine de recensement de Montréal, Région métropolitaine de recensement de Québec, ailleurs).

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE (SUITE)



MARGES D'ERREUR

Le calcul des marges d'erreur est théoriquement impossible en raison de l'utilisation d'un échantillon non probabiliste auprès des mineurs de 15 à 17 ans (volet B).

Les deux autres volets (A et C) représentent 98 % des répondants et utilisent des échantillons probabilistes.

Si l'ensemble des échantillons utilisés avait été probabiliste, la marge d'erreur serait de $\pm 2\%$ (à un niveau de confiance de 95 %). La marge d'erreur augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



INTERPRÉTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS

En raison de l'utilisation d'un échantillon non probabiliste auprès des mineurs de 15 à 17 ans, les résultats des tests statistiques (test du chi-carré, test de différences de moyennes) sont présentés à titre indicatif et doivent être interprétés avec prudence.

Les différences statistiquement significatives à un niveau de confiance de 99 % ou plus sont illustrées à l'aide des signes (↗) et (↘).

Seules les variables discriminantes jugées pertinentes ont été analysées.

Seules les différences significatives selon les régions sociosanitaires pour le sous-total en accord sont présentées aux pages 17, 28, 29 et 39.

Les « indécis » correspondent aux mentions « Ne sait pas/Ne répond pas ».

La « non-réponse » correspond aux mentions « Ne sait pas/Ne répond pas » et aux autres mentions non pertinentes (p. ex. « aucune raison » lorsqu'il est demandé de détailler des raisons de certains comportements).

La carte et la numérotation des régions sociosanitaires sont utilisées à plusieurs reprises dans ce rapport.



1. Bas-Saint-Laurent
2. Saguenay-Lac-Saint-Jean
3. Capitale-Nationale
4. Mauricie/Centre-du-Québec
5. Estrie
6. Montréal
7. Outaouais
8. Abitibi-Témiscamingue
9. Côte-Nord
10. Nord-du-Québec
11. Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
12. Chaudière-Appalaches
13. Laval
14. Lanaudière
15. Laurentides
16. Montérégie
17. Nunavik
18. Terres-Cries-de-la-Baie-James

Faits saillants



FAITS SAILLANTS

L'ALCOOL

Fréquence de consommation d'alcool au moins une fois par semaine 47 %

Après de ceux qui boivent au moins une fois par semaine

	Ensemble	Hommes	Femmes
Quantité d'alcool consommée par semaine (moyenne)	7,6 ± 0,4	↑ 8,4 ± 0,6	↓ 6,7 ± 0,4
Opinion au sujet de la quantité d'alcool hebdomadaire ayant des conséquences négatives pour la santé à long terme (moyenne)	12,1 ± 0,2	↑ 13,0 ± 0,4	↓ 11,2 ± 0,3
Seuils à faible risque hebdomadaire	✓ Pas plus de 15	Pas plus de 10	Pas plus de 10
Opinion concernant la quantité excessive d'alcool prise en une soirée	6,8 ± 0,1	↑ 7,2 ± 0,2	↓ 6,4 ± 0,3
Consommation excessive dans une même occasion	⚠ 5 et plus	4 et plus	4 et plus



Principales raisons de consommation :

- Parce que cela fait partie des événements sociaux (40 %)
- Pour ressentir une sensation agréable (37 %)
- Pour accompagner un repas ou pour se désaltérer (17 %)
- Par habitude (1 %)



Principales conséquences négatives liées à la consommation :

Pour un individu :

- L'altération de la personnalité et du jugement
- Les **risques sociaux**
- Les **problèmes de santé**
- Les **risques d'accoutumance et de dépendance**

Pour la société :

- Avant tout, les **risques sociaux**
- Les coûts sociaux et financiers de la consommation d'alcool
- Les **risques d'accoutumance et de dépendance**



- Les deux tiers (67 %) considèrent les promotions concernant l'alcool légales
- La principale raison d'offrir de l'alcool lorsqu'on reçoit des invités est pour agrémenter le repas (55 %)
- Les trois quarts des adultes du Québec interrogés (73 %) sont « totalement en accord » avec l'abstinence d'alcool pendant la grossesse
- L'augmentation des sanctions imposées aux personnes conduisant avec les facultés affaiblies serait facilement acceptée (85 % sont en accord)
- La consommation d'alcool dans les émissions à la télévision dérange une part non négligeable des répondants (32 %)

LE CANNABIS

Consommation de cannabis ou de l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois 12 %



Principales raisons de consommation :

- Principalement, pour ressentir une sensation agréable, (67 %)
- Ensuite, pour faciliter l'intégration dans un groupe (20 %)
- Pour les effets thérapeutiques du cannabis (7 %)
- Pour essayer (3 %)
- Par habitude (1 %)



Principales conséquences négatives liées à la consommation :

Pour un individu :

- Principalement, les **problèmes de santé**
- Les **risques d'abus, d'accoutumance et de dépendance**
- L'altération de la personnalité et du jugement

Pour la société :

- Les coûts pour la société, en termes de coûts sociaux, financiers et judiciaires et de baisse de la productivité
- Les **risques sociaux**
- Les **problèmes de santé**
- Un risque de marginalisation, de passage aux drogues dures et de liens avec le crime organisé
- Les **risques d'abus, d'accoutumance et de dépendance**



Opinions dans le contexte de légalisation :

- La majorité (60 %) exprime de l'inquiétude
- La majorité (57 %) est favorable, mais les opinions sont assez partagées, notamment entre les « tout à fait favorables » et les « tout à fait défavorables »
- Les lieux de vente les plus susceptibles d'encadrer sa vente sont préférées, soit les succursales gérées par le gouvernement, les pharmacies
- L'ensemble des mesures proposées pour réglementer sa vente et son usage seraient bien accueillies

Chapitre 1

L'ALCOOL

- Fréquence de consommation d'alcool
- Quantité d'alcool consommée par semaine
- Principale raison de consommer de l'alcool
- Opinion au sujet de la légalité des promotions concernant l'alcool
- Principales raisons d'offrir de l'alcool quand on reçoit
- Opinion au sujet de la consommation d'alcool par les femmes enceintes
- Opinion concernant la quantité excessive d'alcool prise en une soirée
- Conséquences négatives associées à la consommation d'alcool pour un individu
- Conséquences négatives associées à la consommation d'alcool pour la société
- Opinion concernant la quantité d'alcool hebdomadaire ayant des conséquences négatives pour la santé à long terme
- Opinion au sujet des niveaux de consommation pour définir une consommation régulière et modérée
- Opinion au sujet de différentes mesures pour réglementer la vente d'alcool et son usage
- Opinion au sujet de la consommation d'alcool dans les émissions à la télévision

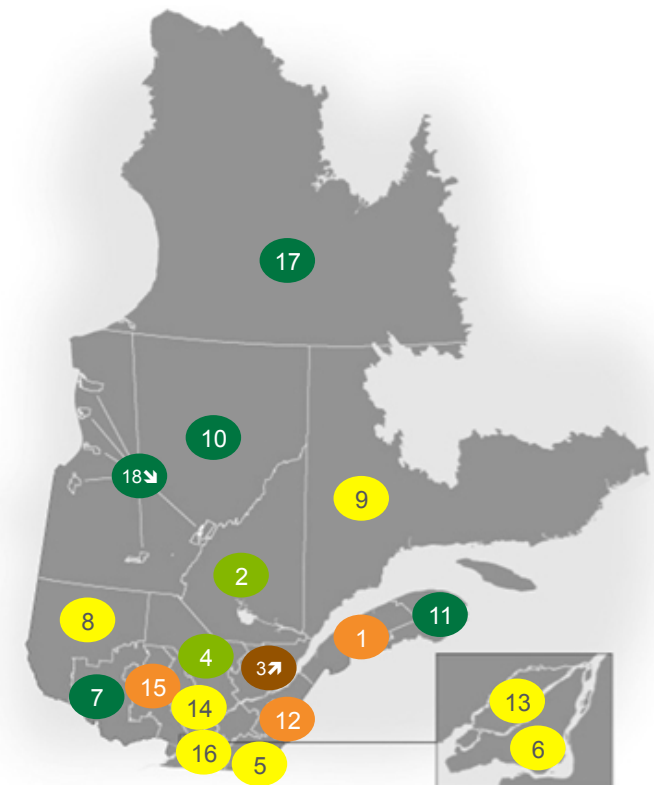
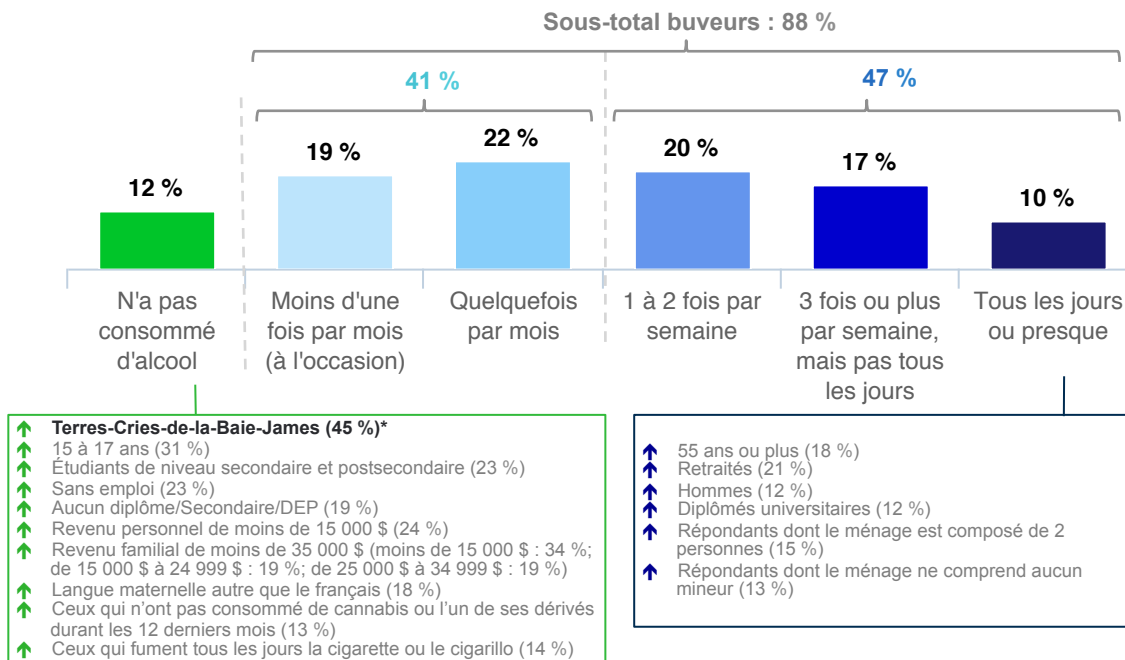
FRÉQUENCE DE CONSOMMATION D'ALCOOL

La majorité sont des buveurs d'alcool

- La majorité des répondants (88 %) boivent de l'alcool : 41 % moins d'une fois par semaine et près la moitié (47 %) hebdomadairement.
- La proportion des non-buveurs et de ceux qui boivent tous les jours ou presque est globalement similaire (respectivement 12 % et 10 %).

Q1. De façon générale, au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous consommé de l'alcool?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4239)



Caractérisation des régions sociosanitaires selon la proportion de consommation d'alcool au moins 1 fois par semaine



*** EXEMPLE DE LECTURE :**

- 45 % des répondants de la région sociosanitaire des Terres-Cries-de-la-Baie-James n'ont pas bu d'alcool au cours des 12 derniers mois.
- Autrement dit, comparativement aux répondants des autres régions sociosanitaires, les répondants de la région sociosanitaire des Terres-Cries-de-la-Baie-James sont proportionnellement plus nombreux à ne pas avoir bu d'alcool au cours des 12 derniers mois.

QUANTITÉ D'ALCOOL CONSOMMÉE PAR SEMAINE

Pour la grande majorité, une consommation hebdomadaire d'alcool modérée conforme aux directives recommandées dans le document scientifique « L'alcool et la santé au Canada : résumé des données probantes et directives de consommation à faible risque »

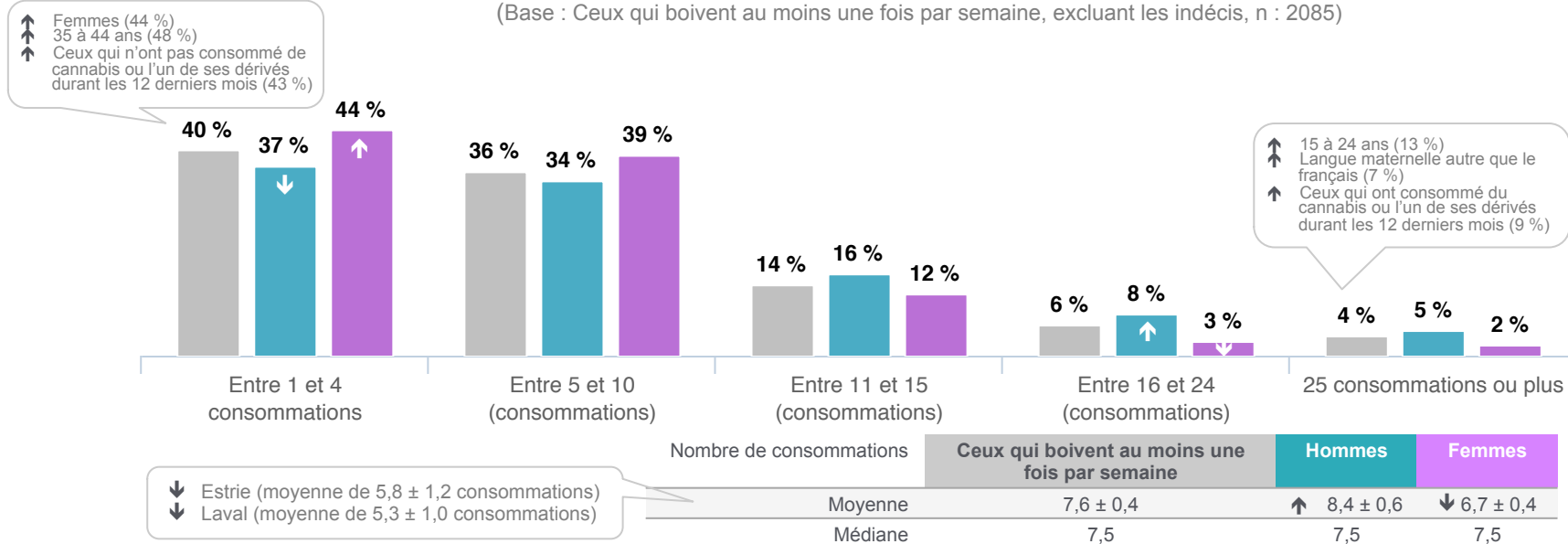
Parmi les répondants buveurs au moins une fois par semaine :

- Près de neuf hommes sur dix (87 %) boivent au plus 15 consommations par semaine;
- Un peu plus de huit femmes sur dix (83 %) prennent entre 1 et 10 consommations par semaine.

En ce qui concerne les seuils à faible risque hebdomadaire, ils réfèrent davantage aux risques de santé à long terme. Ils sont pas plus de 10 pour les femmes et pas plus de 15 pour les hommes. Ces seuils sont utilisés par le Collège des médecins du Québec et diffusés par l'Institut national de santé publique du Québec et Educ'Alcool.

Q2. De façon générale, au cours des 12 derniers mois, quelle quantité d'alcool avez-vous consommée par semaine?

(Base : Ceux qui boivent au moins une fois par semaine, excluant les indécis, n : 2085)



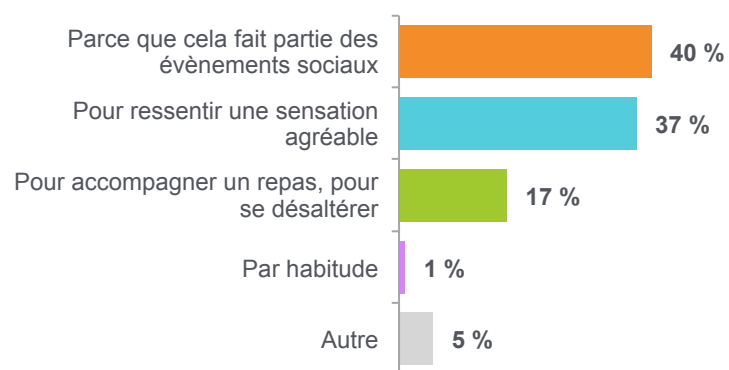
PRINCIPALE RAISON DE CONSOMMER DE L'ALCOOL

Les principales raisons de consommer de l'alcool peuvent être regroupées en quatre grands thèmes :

- ① **Parce que cela fait partie des événements sociaux** (40 %), que ce soit principalement lors d'une activité sociale, pour socialiser, dans un contexte festif, pour célébrer ou encore pour faire comme les autres, lors des loisirs;
- ② **Pour ressentir une sensation agréable**, de la détente, un plaisir gustatif, ou encore « pour le plaisir » (sans autre précision) (37 %);
- ③ **Pour accompagner un repas ou pour se désaltérer** (17 %);
- ④ **Par habitude** (1 %).

Q3RR. En général, quelle est la raison principale pour laquelle vous consommez de l'alcool? Veuillez n'inscrire qu'une raison, la principale.

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,
Base : ceux qui boivent au moins une fois par semaine,
excluant 6 % de non-réponse, n : 3549)



Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Parce que cela fait partie des événements sociaux » :	40 %, avec :
▪ Activité sociale (sans précision)	20 %
▪ Pour socialiser	9 %
▪ Pour souligner un événement spécial, pour célébrer	9 %
▪ Parce que les autres en prennent	1 %
▪ Lors des loisirs (sans précision)	< 1 %
Sous-total « Pour ressentir une sensation agréable » :	37 %, avec :
▪ Pour se détendre	13 %
▪ Aime le goût	12 %
▪ Sous-total « Pour le plaisir » :	12 %, avec :
• Pour le plaisir	11 %
• Parce qu'il en a envie	1 %
• Pour l'effet de l'alcool	1 %
Sous-total « Pour accompagner un repas, pour se désaltérer » :	17 %, avec :
▪ Pour accompagner un repas	15 %
▪ Pour se désaltérer/se rafraîchir	2 %
Sous-total « Par habitude » :	1 %
Sous-total « Autre » :	6 %, avec :
▪ Pour les bienfaits pour la santé	< 1 %
▪ Autre	5 %

OPINION AU SUJET DE LA LÉGALITÉ DES PROMOTIONS CONCERNANT L'ALCOOL

Les deux tiers considèrent les promotions concernant l'alcool légales

- Selon le site de la Régie des alcools, des courses et des jeux : « Le règlement prévoit aussi qu'un titulaire de permis pour consommation sur place ne peut, en aucun temps, offrir ou accorder un rabais sur le prix habituel des boissons alcooliques qu'il vend. [...] La pratique du 2 pour 1, 5 à 7 ou « Happy hour » est tolérée. Il est interdit par contre d'en faire la publicité, de quelque façon que ce soit ».
- La nuance entre ce qui est inscrit dans le règlement et ce qui est toléré pourrait expliquer qu'une proportion notable de répondants ne se prononcent pas à ce sujet (18 %).

Q4. Selon vous, les promotions concernant l'alcool qui offrent des gratuités telles que les 2 pour 1 ou les soirées des dames (ladies' nights) sont-elles...?

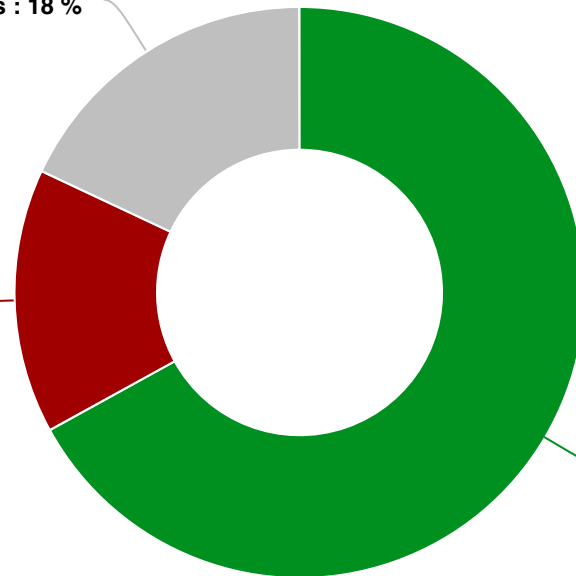
(Base : Ensemble des répondants, n : 4250)

↑ Femmes (21 %)
↑ 55 ans ou plus (26 %)
↑ Retraités (28 %)
↑ Personnes vivant seules (22 %)
↑ Revenu familial de 15 000 \$ à 24 999 \$ (24 %) ou de 35 000 \$ à 54 999 \$ (21 %)
↑ Ceux qui n'ont pas consommé d'alcool durant les 12 derniers mois (23 %)

Ne sait pas : 18 %

Illégales : 15 %

↑ Hommes (19 %)
↑ Revenu personnel de 35 000 \$ à 44 999 \$ (22 %)
↑ Non-buveurs durant les 12 derniers mois (20 %)



↑ 18 à 34 ans, puis 45 à 54 ans (18 à 24 ans : 80 %; 25 à 34 ans : 74 %)
↑ Travailleurs à plein temps (71 %)
↑ Ceux qui boivent 1 à 2 fois par semaine (72 %)

Légales : 67 %

NOTE : On n'observe pas de différences significatives selon les régions sociosanitaires.

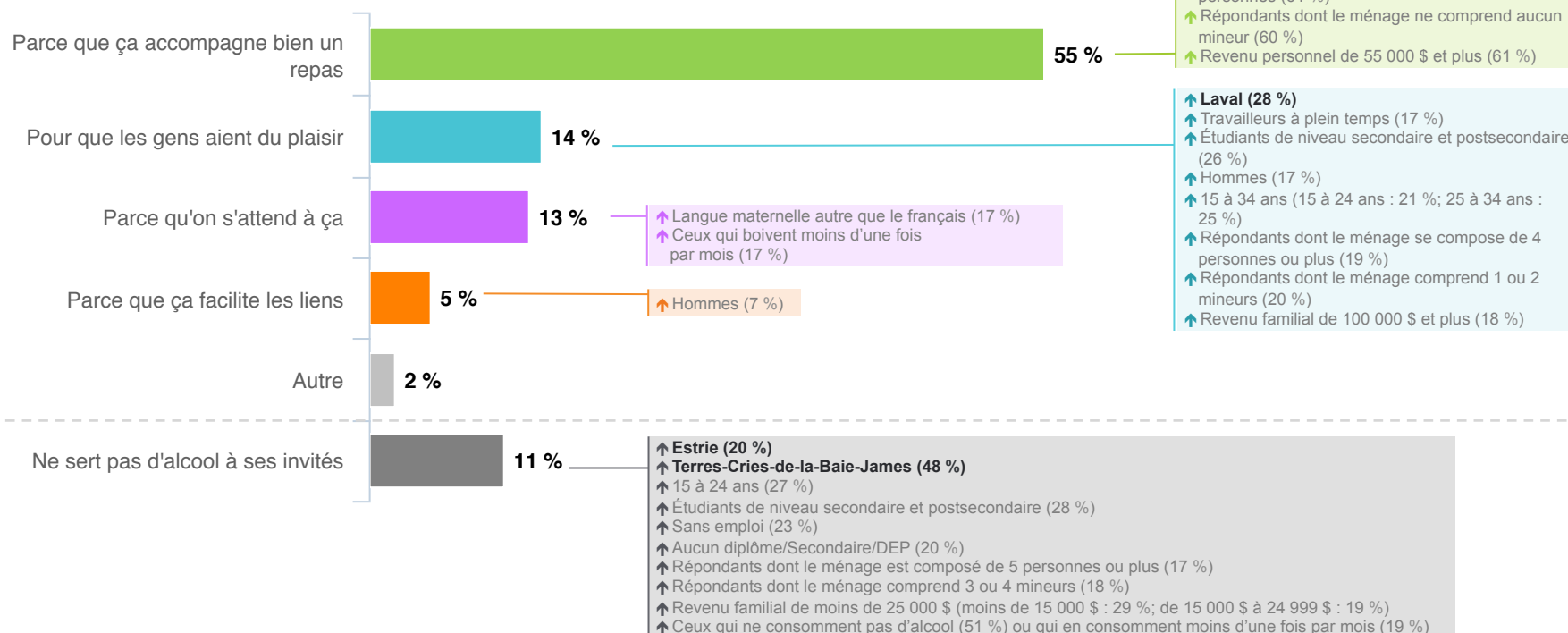
PRINCIPALES RAISONS D'OFFRIR DE L'ALCOOL QUAND ON REÇOIT

Principalement pour accompagner un repas

La principale raison d'offrir de l'alcool lorsqu'on reçoit des invités est **pour agrémenter le repas (55 %)**.

Q5RRR. De façon générale, lorsque vous recevez des invités, pourquoi principalement offrez-vous de l'alcool?

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,
Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4206)



OPINION AU SUJET DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL PAR LES FEMMES ENCEINTES

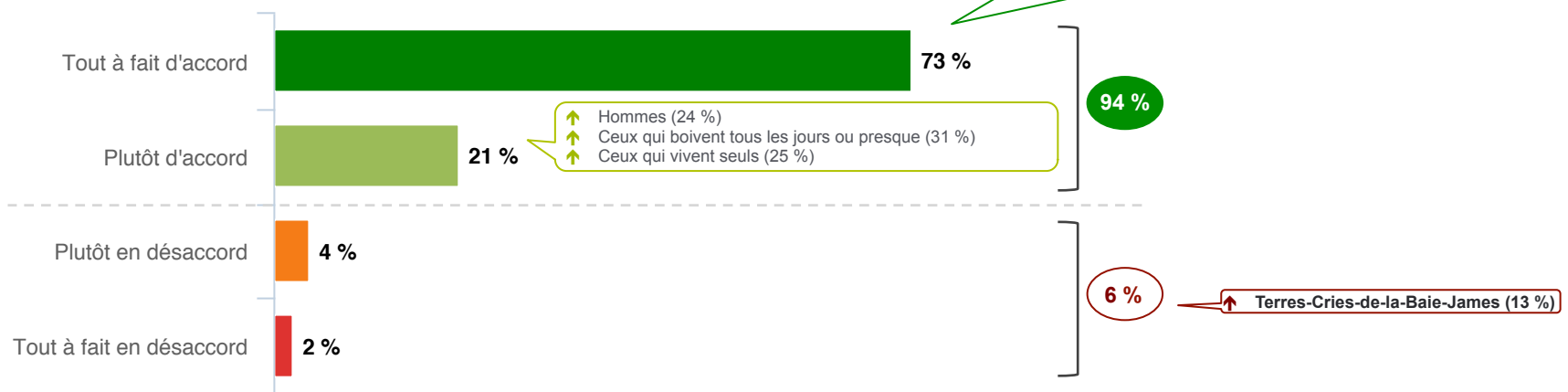
Une certaine réserve concernant l'abstinence d'alcool pendant la grossesse

Si près des trois quarts des adultes du Québec interrogés (73 %) sont « totalement en accord » avec l'abstinence d'alcool pendant la grossesse, 21 % des répondants sont un peu plus nuancés à ce sujet en se disant « plutôt d'accord » à ce sujet, auxquels s'ajoutent ceux qui sont en désaccord (6 %).

Dans le document scientifique « L'alcool et la santé au Canada : résumé des données probantes et directives de consommation à faible risque », la directive recommandée aux femmes enceintes est de ne pas boire du tout.

Q6. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'affirmation suivante : Les femmes enceintes ne devraient pas boire d'alcool, peu importe le stade de leur grossesse.

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4211)



OPINION CONCERNANT LA QUANTITÉ EXCESSIVE D'ALCOOL PRISE EN UNE SOIRÉE

Plusieurs surévaluent le nombre de consommations correspondant à une quantité excessive d'alcool prise en une soirée

- Une majorité de répondants (64 %) pensent qu'une consommation excessive d'alcool prise en une soirée se situe entre 4 et 7 consommations.
- Une proportion notable de répondants, notamment d'hommes, placent le seuil de consommation excessive d'alcool prise en une soirée à plus de 7 consommations (38 % des répondants masculins, comparativement à 25 % de femmes).
- On pourra notamment remarquer que les réponses sont particulièrement polarisées dans la région sociosanitaire des Terres-Cries-de-la-Baie-James.

En ce qui concerne la consommation excessive d'alcool dans une même occasion, les seuils sont:

- 5 et plus pour un homme
- 4 et plus pour une femme

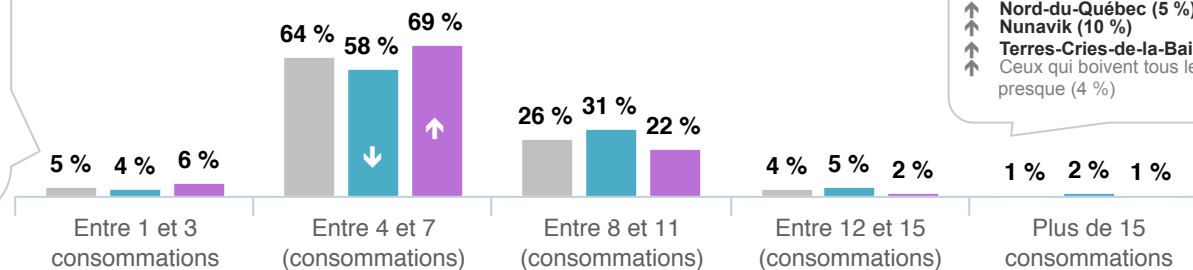
Ces seuils sont en réalité une consommation de plus que les seuils de consommations à faible risque lors d'une même occasion qui réfèrent davantage aux risques de blessures. Ils sont en réalité supérieurs (d'une consommation) aux seuils canadiens issus des données probantes en la matière recommandés pour réduire les risques à court terme (3 pour les femmes et 4 pour les hommes en une même occasion).

Q7. À votre avis, à combien de consommations correspond une consommation excessive d'alcool prise en une soirée ?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4194)

- ↑ Côte-Nord (12 %)
- ↑ Nunavik (18 %)
- ↑ Terres-Cries-de-la-Baie-James (37 %)
- ↑ 55 ans ou plus (8 %)
- ↑ Retraités (7 %)
- ↑ Sans emploi (13 %)
- ↑ Aucun diplôme/Secondaire/DEP (7 %)
- ↑ Langue maternelle autre que le français (10 %)
- ↑ Revenu familial de 25 000 \$ à 34 999 \$ (8 %)
- ↑ Ceux qui ne consomment pas d'alcool (17 %)

- ↑ Nord-du-Québec (5 %)
- ↑ Nunavik (10 %)
- ↑ Terres-Cries-de-la-Baie-James (6 %)
- ↑ Ceux qui boivent tous les jours ou presque (4 %)



Nombre de consommations	Ensemble	Hommes	Femmes
Moyenne	6,8 ± 0,1	↑7,2 ± 0,2	↓6,4 ± 0,3
Médiane	5,5	5,5	5,5

CONSÉQUENCES NÉGATIVES ASSOCIÉES À LA CONSOMMATION D'ALCOOL POUR UN INDIVIDU

Pour un individu, les principales conséquences négatives liées à la consommation d'alcool peuvent être regroupées en six grands thèmes :

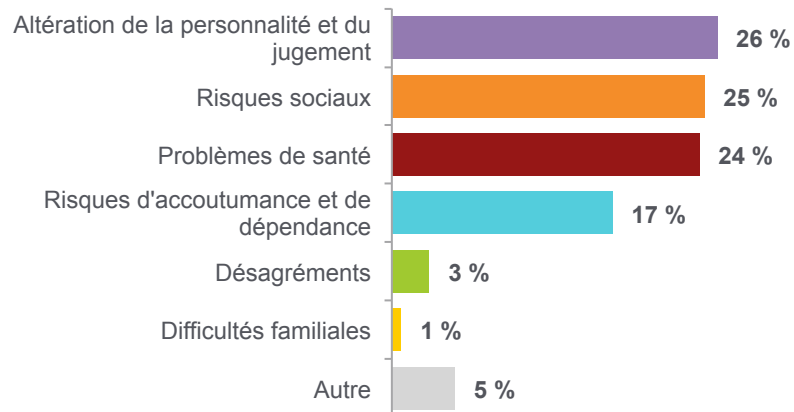
- **L'altération de la personnalité et du jugement** (26 %);
- **Les risques sociaux** (25 %), incluant les problèmes de sécurité routière, les comportements agressifs et inappropriés et le fait de devenir négligent et de représenter un danger;
- À plus long terme, **les problèmes de santé** (24 %);
- **Les risques d'accoutumance et de dépendance** (17 %);
- **Des désagréments** (3 %), tels que les symptômes de lendemain de veille ou la prise de poids;
- Des difficultés familiales (1 %).

Q8RR. Selon vous, pour un individu, quelle est la conséquence négative la plus importante liée à la consommation d'alcool?

Veuillez n'inscrire qu'une conséquence, la plus importante.

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,

Base : Ensemble des répondants, excluant 11 % de non-réponse*, n : 3774)



* La non-réponse est ici appréciable.



Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Altération de la personnalité et du jugement » :	26%, avec :
▪ Perte de contrôle de soi	▪ 9%
▪ Avoir les capacités affaiblies	▪ 9%
▪ Altère le jugement et la prise de décision	▪ 8%
▪ Perte du contact avec la réalité	▪ 1%
Sous-total « Risques sociaux » :	25%, avec :
▪ Sous-total « Problèmes de sécurité routière » :	▪ 13%
• Perdre le permis de conduire	• 2%
• Risque d'accident de la route sous les effets de l'alcool	• 4%
• Conduire avec les facultés affaiblies	• 7%
▪ Sous-total « Comportements agressifs, inappropriés » :	▪ 6%, avec :
• Augmentation de l'agressivité ou violence	• 3%
• Altération du comportement et de la personnalité	• 3%
▪ Sous-total « Devenir négligent, représenter un danger » :	▪ 6%, avec :
• Se conduire de façon non sécuritaire pour les autres	• < 1 %
• Devenir irresponsable	• 1%
• Risque d'accident sous les effets de l'alcool (autres que ceux liés à la conduite)	• 2%
• Risque de blessures et décès (sans précision)	• 2%
Sous-total « Problèmes de santé » :	24%, avec :
▪ Problèmes de santé (en général ou sans précision)	▪ 14%
▪ Problèmes de santé physique (cirrhose, cancer, etc.)	▪ 8%
▪ Problèmes de santé mentale (dépression, folie, etc.)	▪ 2%
Sous-total « Risques d'accoutumance, de dépendance » :	17%, avec :
▪ Risque de dépendance (alcoolisme)	▪ 12%
▪ Développer une habitude/une accoutumance à l'alcool	▪ 5%
Sous-total « Désagréments » :	3%, avec :
▪ Prise de poids	▪ 1%
▪ Présenter les symptômes du lendemain de veille	▪ 2%
Difficultés familiales :	1%
Autre	5%

CONSÉQUENCES NÉGATIVES ASSOCIÉES À LA CONSOMMATION D'ALCOOL POUR LA SOCIÉTÉ

Pour la société, les principales conséquences négatives liées à la consommation d'alcool peuvent être regroupées en cinq grands thèmes :

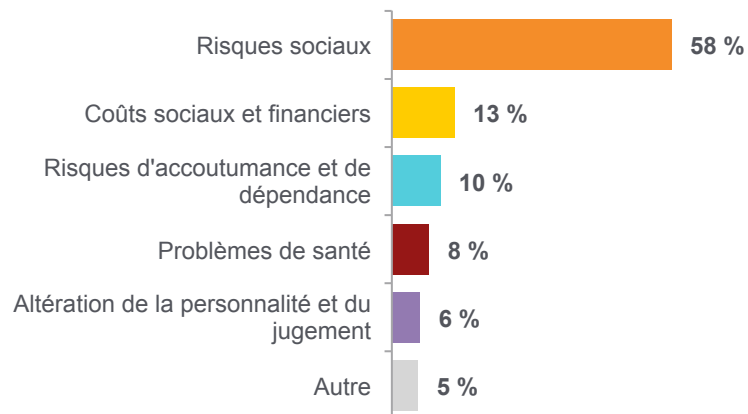
- Avant tout, **les risques sociaux** (58 %), incluant principalement les problèmes de sécurité routière, puis le fait de devenir négligeant et de représenter un danger, ainsi que les comportements agressifs et inappropriés;
- Les **coûts sociaux et financiers** de la consommation d'alcool (13 %);
- Les **risques d'accoutumance et de dépendance** (10 %);
- Les **problèmes de santé** (8 %);
- **L'altération de la personnalité et du jugement** (6 %).

Q9RR. Selon vous, pour la société, quelle est la conséquence négative la plus importante liée à la consommation d'alcool?

Veuillez n'inscrire qu'une conséquence, la plus importante.

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,

Base : Ensemble des répondants, excluant 14 % de non-réponse*, n : 3638)



* La non-réponse est ici appréciable.



Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Risques sociaux » :	58 %, avec :
■ Sous-total « Problèmes de sécurité routière » :	■ 36 %, avec :
• Conduire avec les facultés affaiblies	• 20 %
• Risque d'accident de la route sous les effets de l'alcool	• 16 %
• Perdre le permis de conduire	• 1 %
■ Sous-total « Devenir négligeant, représenter un danger » :	■ 16 %, avec :
• Risque d'accident sous les effets de l'alcool (autres que ceux reliés à la conduite)	• 9 %
• Risque de blessures et décès (sans précision)	• 5 %
• Se conduire de façon non sécuritaire pour les autres	• 1 %
• Devenir irresponsable	• 1 %
■ Sous-total « Comportements agressifs, inappropriés » :	■ 5 %, avec :
• Augmentation de l'agressivité ou violence	• 4 %
• Altération du comportement et de la personnalité	• 1 %
■ Augmentation des actes criminels et conséquences	■ 2 %
Sous-total « Coûts sociaux et financiers de la consommation d'alcool » :	13 %, avec :
■ Sous-total « Coûts sociaux et financiers » :	■ 9 %, avec :
• Coûts sociaux et financiers des problèmes de santé attribuables à l'alcool	• 8 %
• Coûts sociaux et financiers pour les employeurs	• 1 %
■ Sous-total « Coûts, dépenses » :	■ 2 %, avec :
• Coûts (sans précision)	• 1 %
• Dépenses d'argent trop grandes	• 1 %
■ Avoir des difficultés familiales	■ 1 %
■ Difficultés professionnelles	■ 1 %
Sous-total « Risques d'accoutumance et de dépendance » :	10 %, avec :
■ Risque de dépendance (alcoolisme)	■ 8 %
■ Développer une habitude/une accoutumance à l'alcool	■ 2 %
Sous-total « Problèmes de santé » :	8 %, avec :
■ Problèmes de santé (en général ou sans précision)	■ 6 %
■ Problèmes de santé physique (cirrhose, cancer, etc.)	■ 1 %
■ Problèmes de santé mentale (dépression, folie, etc.)	■ < 1 %
Sous-total « Altération de la personnalité et du jugement » :	6 %, avec :
■ Perte de contrôle de soi	■ 2 %
■ Avoir les capacités affaiblies	■ 2 %
■ Altère le jugement et la prise de décision	■ 2 %
■ Perte du contact avec la réalité	■ < 1 %
Autre	7 %

OPINION CONCERNANT LA QUANTITÉ D'ALCOOL HEBDOMADAIRE AYANT DES CONSÉQUENCES NÉGATIVES POUR LA SANTÉ À LONG TERME



Une surévaluation du nombre maximal de consommations d'alcool par semaine, pour l'usage régulier

Spontanément, la quantité d'alcool prise sur une base régulière et hebdomadaire ayant des conséquences négatives pour la santé à long terme est surévaluée :

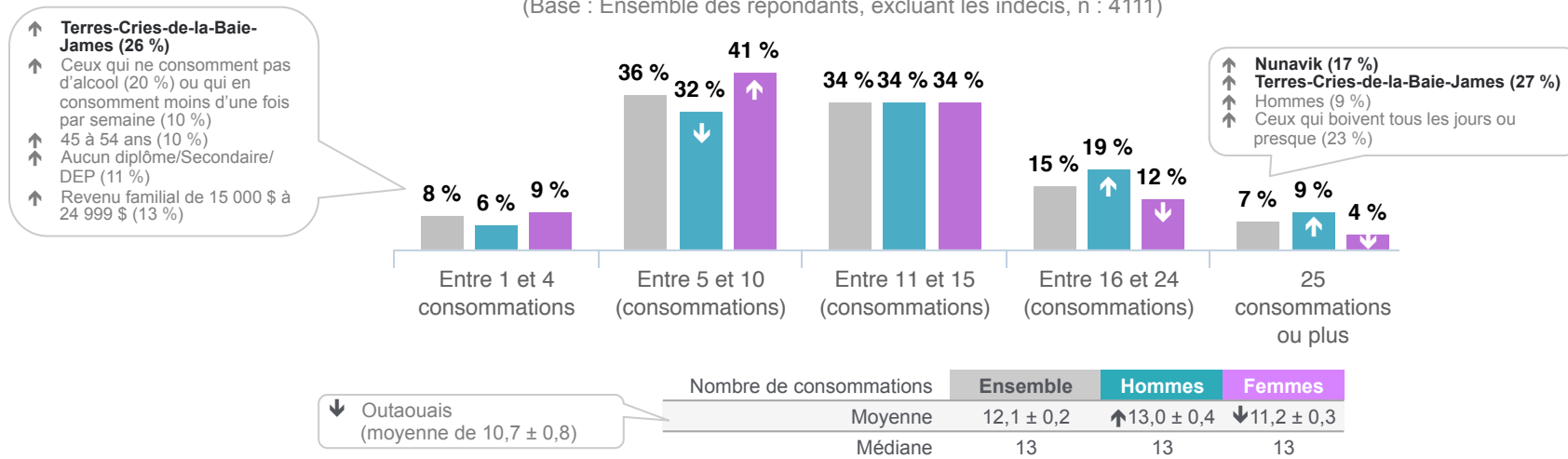
- La moitié des femmes (50 %) la situent à au plus 10 consommations par semaine, l'autre moitié la surestime;
- Si sept hommes sur dix (72 %) la situent à au plus 15 consommations par semaine, 28 % pensent qu'elle se situe à plus que cela.

On pourra notamment remarquer que les réponses sont particulièrement polarisées dans la région sociosanitaire des Terres-Cries-de-la-Baie-James.

À titre de rappel, une forte majorité de ceux qui boivent au moins une fois par semaine prennent une quantité d'alcool modérée, dans les limites recommandées par le document scientifique « L'alcool et la santé au Canada : résumé des données probantes et directives de consommation à faible risque » .

Q10. À partir de combien de consommations prises régulièrement à chaque semaine jugez-vous qu'il y a des conséquences négatives pour la santé à long terme?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4111)



OPINION AU SUJET DES NIVEAUX DE CONSOMMATION POUR DÉFINIR UNE CONSOMMATION RÉGULIÈRE ET MODÉRÉE

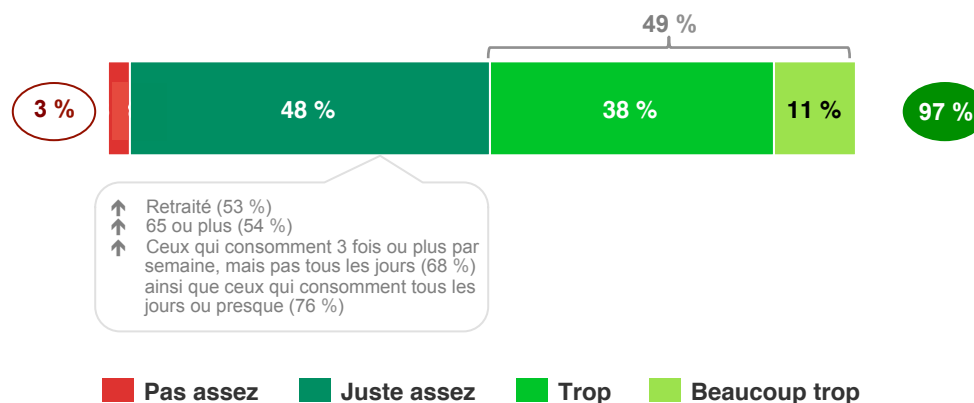
La quasi-totalité est à l'aise avec les niveaux de consommation proposés

Près de la moitié des répondants (48 %) estiment que moins de 10 consommations par semaine pour les femmes et moins de 15 consommations par semaine pour les hommes est **juste assez** pour définir une consommation régulière et modérée d'alcool. Une proportion similaire de répondants (49 %) accepteraient des recommandations plus sévères.

Une faible proportion de répondants (3 %) estiment que ces quantités ne sont **pas assez** élevées pour définir une consommation régulière et modérée d'alcool.

Q11. Dire qu'une consommation régulière et modérée d'alcool consiste à consommer :
Moins de 10 consommations par semaine pour les femmes et
moins de 15 consommations par semaine pour les hommes
Est-ce, selon vous?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4163)



NOTE : On n'observe pas de différences significatives selon les régions sociosanitaires.

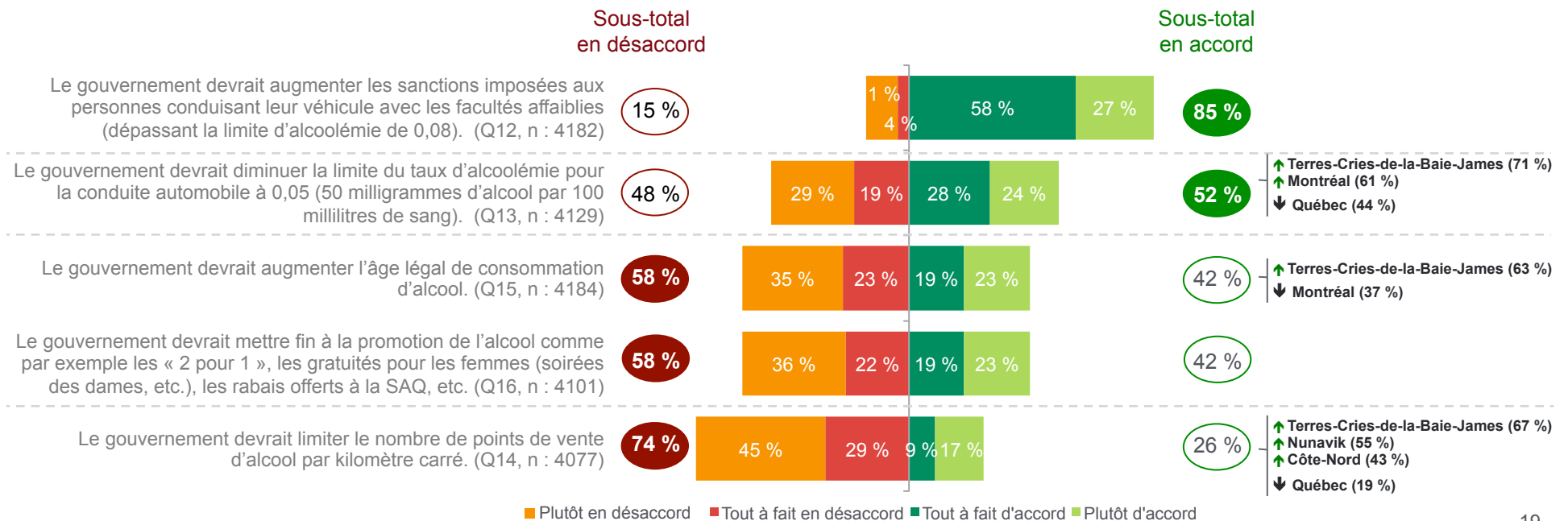
OPINION AU SUJET DE DIFFÉRENTES MESURES POUR RÉGLEMENTER LA VENTE D'ALCOOL ET SON USAGE



L'augmentation des sanctions imposées aux personnes conduisant avec les facultés affaiblies serait facilement acceptée

- La plupart des répondants (85 %) seraient en accord avec l'augmentation des sanctions imposées aux personnes conduisant avec les facultés affaiblies.
- Les avis sont plus partagés concernant la diminution de la limite du taux d'alcoolémie pour la conduite automobile à 0,05 (52 % sont en accord).
- Plus de la moitié est en désaccord avec les autres mesures proposées, particulièrement lorsqu'on parle de limiter le nombre de points de vente d'alcool par kilomètre carré (74 % sont en désaccord).

Q12 à Q16. Le gouvernement peut agir à différents niveaux pour réglementer l'alcool et son usage.
 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les mesures suivantes?
 (Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis)



OPINION AU SUJET DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL DANS LES ÉMISSIONS À LA TÉLÉVISION

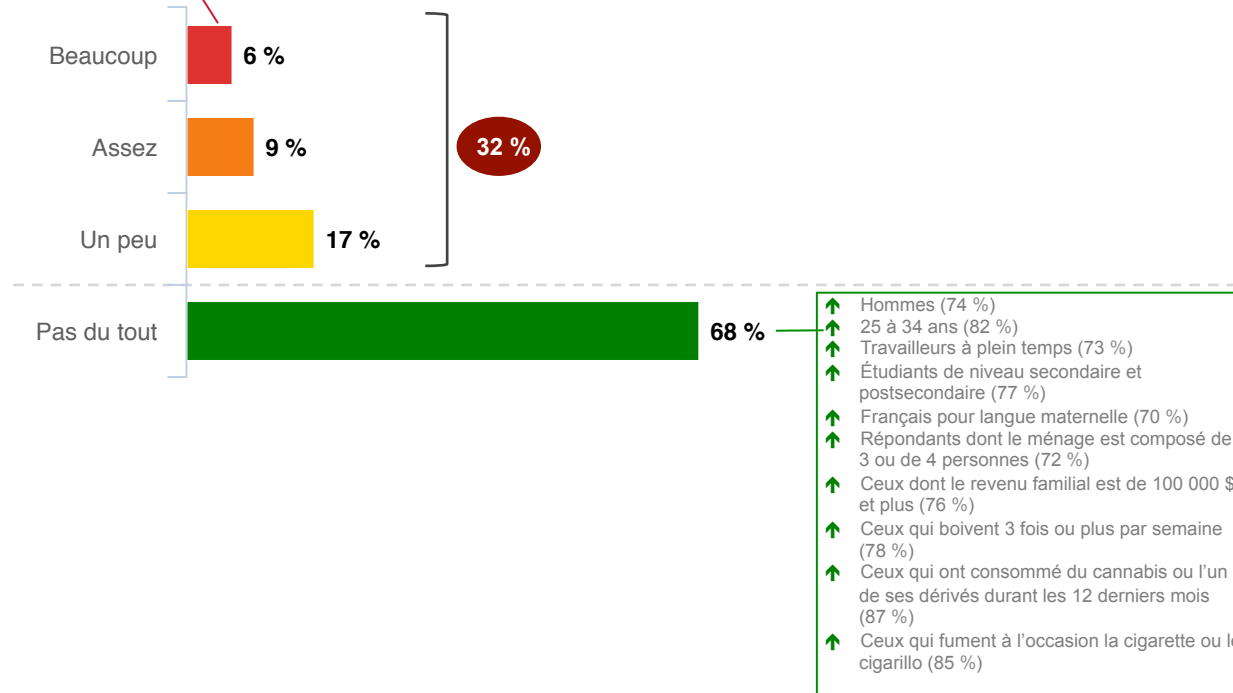
La consommation d'alcool dans les émissions à la télévision dérange une part non négligeable des répondants

Près du tiers des répondants (32 %) se disent, ne serait-ce qu'un peu, dérangés par la consommation d'alcool dans les émissions à la télévision.

- ↑ Terres-Cries-de-la-Baie-James (21 %)
- ↑ Non-buveurs durant les 12 derniers mois (16 %)
- ↑ Retraités (9 %)
- ↑ 55 ans ou plus (9 %)
- ↑ Langue maternelle autre que le français (9 %)

Q17. À quel point la consommation d'alcool dans les émissions à la télévision vous dérange-t-elle?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4218)



Chapitre 2

LE CANNABIS

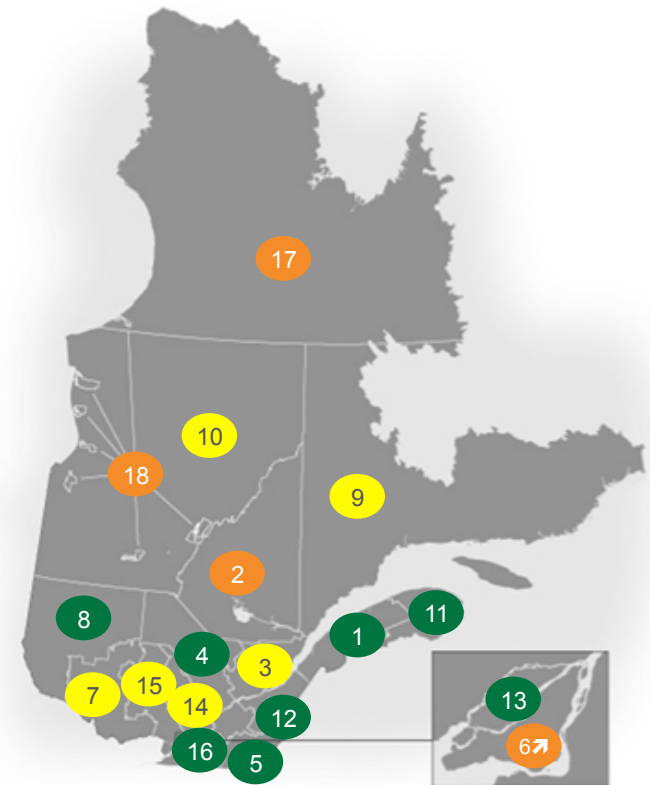
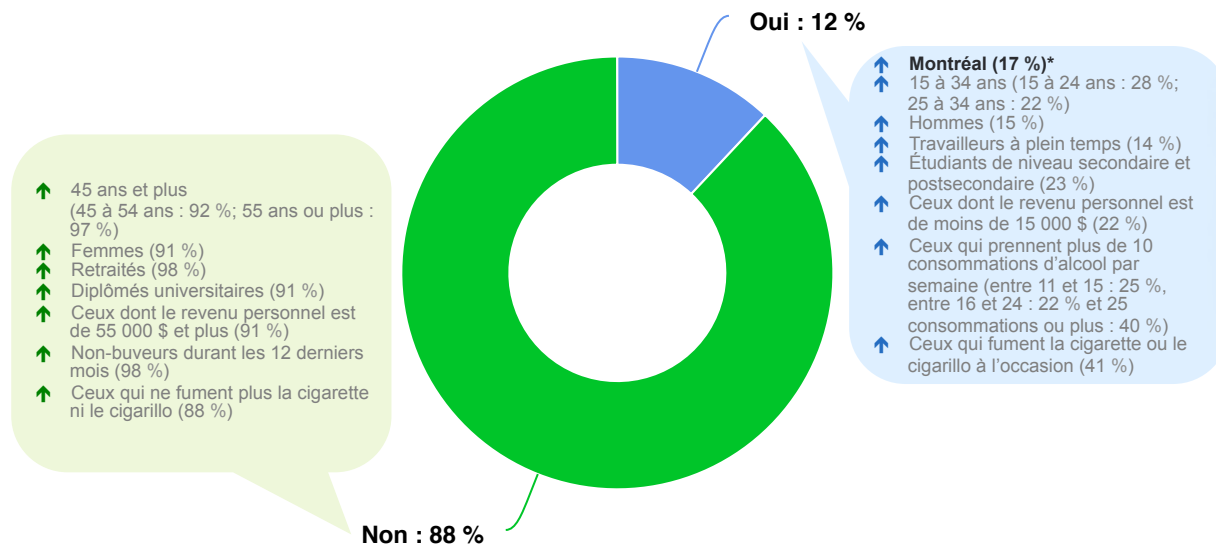
- Incidence de consommation de cannabis ou de l'un de ses dérivés
- Principale raison de consommer du cannabis ou l'un de ses dérivés
- Conséquences négatives associées à la consommation de cannabis pour un individu
- Conséquences négatives associées à la consommation de cannabis pour la société
- Opinion concernant les motivations du gouvernement pour légaliser le cannabis
- Niveau d'inquiétude par rapport à la légalisation du cannabis
- Position par rapport à la légalisation du cannabis
- Lieux de vente du cannabis
- Opinion au sujet de différentes mesures pour réglementer la vente de cannabis et son usage
- Opinion au sujet de la localisation des points de vente de cannabis
- Opinion au sujet de la promotion du cannabis dans les médias

INCIDENCE DE CONSOMMATION DE CANNABIS OU DE L'UN DE SES DÉRIVÉS

Une minorité (12 %) affirme avoir consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois.

Q18. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés (pot ou marijuana, haschisch, etc.)?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4213)



Caractérisation des régions sociosanitaires selon la proportion de consommation du cannabis ou l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois

- Moins de 10 %
- 10 % à moins de 15 %
- 15 % ou plus → 16. Montréal : 17 %

* EXEMPLE DE LECTURE :

- 17 % des répondants de la région sociosanitaire de Montréal affirment avoir consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois.
- Autrement dit, comparativement aux répondants des autres régions sociosanitaires, les répondants de la région sociosanitaire de Montréal sont proportionnellement plus nombreux à affirmer avoir consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois.

PRINCIPALE RAISON DE CONSOMMER DU CANNABIS OU L'UN DE SES DÉRIVÉS

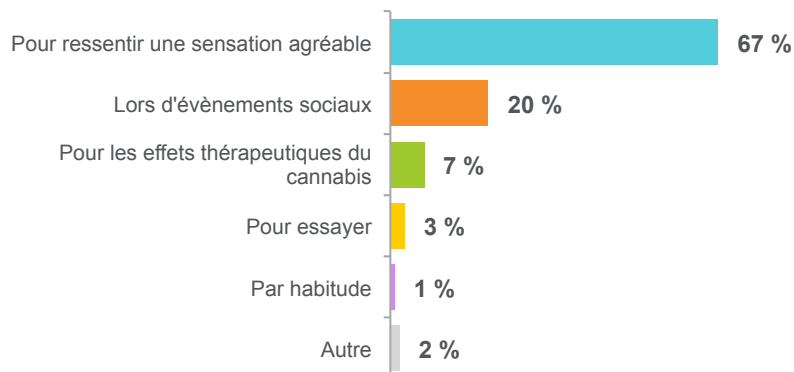
Les principales raisons de consommer du cannabis peuvent être regroupées en cinq grands thèmes :

- **Principalement, pour ressentir une sensation agréable**, de la détente, du divertissement ou un effet plaisant ou un plaisir gustatif (67 %);
- **Ensuite, lors d'évènements sociaux**, que ce soit dans un contexte festif ou pour faire comme les autres (20 %);
- **Pour les effets thérapeutiques du cannabis** (7 %);
- **Pour essayer** (3 %);
- **Par habitude** (1 %).

Q19RR. En général, quelle est la raison principale pour laquelle vous consommez du cannabis ou l'un de ses dérivés (pot ou marijuana, haschisch, etc.)?

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,

Base : Répondants qui ont consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés au cours des 12 derniers mois, excluant les indécis, n : 375)



Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Pour ressentir une sensation agréable » :	67 %, avec :
■ Pour se détendre, relaxer, penser à autre chose	37 %
■ Pour s'amuser, se divertir	23 %
■ Parce qu'il aime l'effet que ça produit	6 %
■ C'est meilleur que l'alcool	1 %
Sous-total « Lors d'évènements sociaux » :	20 %, avec :
■ À l'occasion d'évènements sociaux, de festivités	17 %
■ Pour faire comme les autres	2 %
■ Quand c'est offert	1 %
Pour les effets thérapeutiques du cannabis	7 %
■ Pour réduire ses douleurs, aider à dormir	7 %
Pour essayer	3 %
Par habitude	1 %
Autre	2 %

NOTE : Le thème « Pour stimuler ma créativité/m'aider à me concentrer » n'est pas ressorti comme une réponse.

CONSÉQUENCES NÉGATIVES ASSOCIÉES À LA CONSOMMATION DE CANNABIS POUR UN INDIVIDU

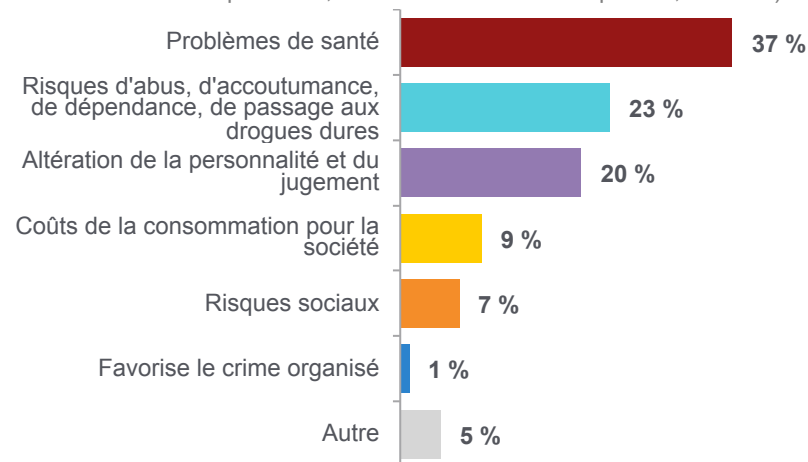
Pour un individu, les principales conséquences négatives liées à la consommation de cannabis peuvent être regroupées en six grands thèmes :

- Principalement, **les problèmes de santé** (37 %), avec l'évocation d'éventuels dommages neurologiques, de maladies mentales, de diminution des capacités cognitives, de maladies respiratoires, etc. ;
- Ensuite, les **risques d'abus, d'accoutumance, de dépendance, de passage aux drogues dures** (23 %);
- Ensuite, **l'altération de la personnalité et du jugement** (20 %);
- Les coûts de la consommation pour la société, en termes d'effets négatifs sur le dynamisme et l'ambition et de coûts sociaux, financiers et judiciaires (8 %);
- **Les risques sociaux** (7 %), avec un risque d'accident ou de comportements agressifs ou inappropriés;
- Le risque de **favoriser le crime organisé** (1 %).

Q20RR. Selon vous, pour un individu, quelle est la conséquence négative la plus importante liée à la consommation de cannabis? Veuillez n'inscrire qu'une conséquence, la plus importante.

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,

Base : Ensemble des répondants, excluant 25 % de non-réponse*, n : 3774)



* La non-réponse est ici appréciable.



Détail des principales raisons citées

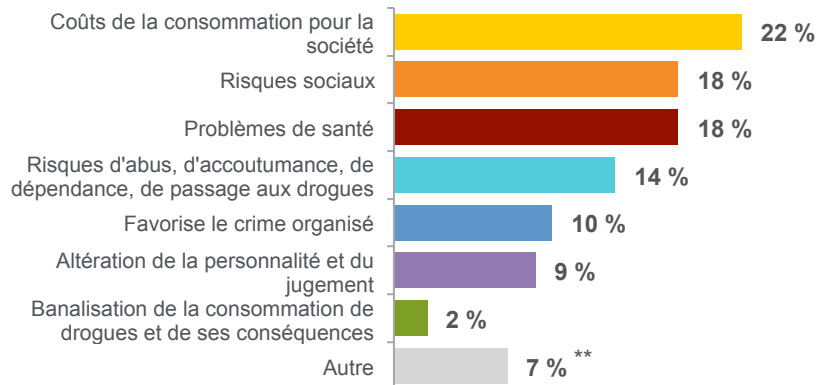
	% en nombre de répondants
Sous-total « Problèmes de santé » :	37 %, avec :
▪ Dommages neurologiques et maladies mentales (dépression, troubles anxieux)	▪ 16 %
▪ Problèmes de santé (autre ou sans précision, santé physique)	▪ 12 %
▪ Diminution des capacités cognitives (mémoire, intelligence, concentration)	▪ 5 %
▪ Maladies respiratoires (cancer du poumon)	▪ 3 %
▪ En consommer est mauvais (dangereux, mortel, dommageable, déplaisant)	▪ 2 %
Sous-total « Risques d'abus, d'accoutumance, de dépendance, de passage aux drogues dures » :	23 %, avec :
▪ Risque d'abus et de dépendance (toxicomanie)	▪ 19 %
▪ Développer une habitude à la consommation, une accoutumance	▪ 2 %
▪ Mène à consommer des drogues dures	▪ 2 %
Sous-total « Altération de la personnalité et du jugement » :	20 %, avec :
▪ Avoir les facultés affaiblies (être en état second, intoxication, perte de réflexes)	▪ 6 %
▪ Altère le jugement et la prise de décision (inhibition levée, évaluation du risque)	▪ 5 %
▪ Perte de contrôle de soi (de son corps, sans précision)	▪ 4 %
▪ Perte de contact avec la réalité (confusion, hallucinations, délires)	▪ 4 %
▪ Rend la personne irresponsable (ne prend pas la responsabilité de ses actes)	▪ 1 %
Sous-total « Coûts de la consommation pour la société » :	9 %, avec :
▪ Sous-total « Apathie, manque d'ambition » :	▪ 7 %, avec :
• Rend apathique (nonchalant, lent, somnolence, paresse)	• 4 %
• Manque d'ambition (de motivation à réussir, de volonté, lâcheté)	• 3 %
• Baisse de la productivité au sein de la société (travail, école, chômage)	• 1 %
▪ Sous-total « Coûts sociaux, financiers et judiciaires » :	▪ 1 %, avec :
• Coûts socioéconomiques et judiciaires (criminalisation, désordre, pauvreté)	• 1 %
• Frais médicaux (pour la société ou l'individu, hospitalisation, santé publique)	• < 1 %
• Marginalisation de ceux qui en consomment	• 1 %
Sous-total « Risques sociaux » :	7 %, avec :
▪ Risque d'accident de la route sous les effets du cannabis	▪ 3 %
▪ Risque d'accident sous les effets du cannabis (sans précision)	▪ 1 %
▪ Sous-total « Comportements agressifs, inappropriés » :	▪ 3 %, avec :
• Altération du comportement et de la personnalité (erratique, inadéquat)	• 2 %
• Comportement dangereux ou agressif (violence, comportement risqué)	• 1 %
Sous-total « Favorise le crime organisé » :	1 %, avec :
▪ Favorise les actions criminelles ou illégales (vente ou consommation)	▪ < 1 %
▪ Finance le crime organisé (mafia, marché noir)	▪ < 1 %
Sous-total « Autre » :	5 %, avec :
▪ Coûts élevés (coût de la drogue ou coût sans précision, manque d'argent)	▪ 1 %
▪ Banalisation de la consommation de drogues et de ses conséquences	▪ < 1 %
▪ Autre	▪ 3 %

CONSÉQUENCES NÉGATIVES ASSOCIÉES À LA CONSOMMATION DE CANNABIS POUR LA SOCIÉTÉ

Pour la société, les principales conséquences négatives liées à la consommation de cannabis peuvent être regroupées en plusieurs grands thèmes :

- Les **coûts de la consommation pour la société** (19 %), en termes de coûts sociaux, financiers et judiciaires, d'effets négatifs sur le dynamisme et l'ambition personnelle et de baisse de la productivité;
- Les **risques sociaux**, avec un risque d'accident ou de comportements agressifs ou inappropriés (18 %);
- Les **problèmes de santé** (18 %);
- Les **risques d'abus, d'accoutumance, de dépendance, de passage aux drogues dures** (14 %);
- Le risque de **favoriser le crime organisé** (10 %);
- **L'altération de la personnalité et du jugement** (9 %);
- D'autres mentions variées, notamment le risque de banalisation de la consommation de drogues (2 %).

Q21RRRR. Selon vous, pour la société, quelle est la conséquence négative la plus importante liée à la consommation de cannabis?
Veuillez n'inscrire qu'une conséquence, la plus importante.
(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible,
Base : Ensemble des répondants, excluant 31 % de non-réponse*, n : 2809)



* La non-réponse est ici appréciable.
Ce résultat démontre le manque d'information sur ce produit au sein de la population.

** Regroupement de mentions citées par moins de 1 % des répondants chacune.



Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Coûts de la consommation pour la société » :	22 %, avec :
■ Sous-total « Coûts sociaux, financiers et judiciaires » :	■ 9 %, avec :
• Frais médicaux (pour la société ou l'individu)	• 6 %
• Coûts socioéconomiques et judiciaires (criminalisation, désordre, pauvreté)	• 3 %
■ Baisse de la productivité au sein de la société (travail, école, chômage)	■ 6 %
■ Sous-total « Apathie, manque d'ambition » :	■ 3 %, avec :
• Rend apathique (nonchalant, lent, somnolence, paresse)	• 2 %
• Manque d'ambition (de motivation à réussir, de volonté, lâcheté)	• 1 %
■ Coûts élevés (coût de la drogue ou coût sans précision, manque d'argent)	■ 2 %
■ Marginalisation de ceux qui en consomment	■ 2 %
Sous-total « Risques sociaux » :	18 %, avec :
■ Risque d'accident de la route sous les effets du cannabis	■ 9 %
■ Sous-total « Comportements agressifs, inappropriés » :	■ 4 %, avec :
• Comportement dangereux ou agressif	• 3 %
• Altération du comportement et de la personnalité	• 2 %
■ Risque d'accident sous les effets du cannabis (sans précision)	■ 4 %
Sous-total « Problèmes de santé » :	18 %, avec :
■ Problèmes de santé (autre ou sans précision, santé physique)	■ 8 %
■ Dommages neurologiques et maladies mentales (dépression, troubles anxieux)	■ 6 %
■ En consommer est mauvais (dangereux, mortel, dommageable, déplaisant)	■ 2 %
■ Diminution des capacités cognitives (mémoire, intelligence, concentration)	■ 1 %
■ Maladies respiratoires (cancer du poumon)	■ 1 %
Sous-total « Risques d'abus, d'accoutumance, de dépendance, de passage aux drogues dures » :	14 %, avec :
■ Risque d'abus et de dépendance (toxicomanie)	■ 11 %
■ Mène à consommer des drogues dures	■ 2 %
■ Développer une habitude à la consommation, une accoutumance	■ 1 %
Sous-total « Favorise le crime organisé » :	10 %, avec :
■ Favorise les actions criminelles ou illégales (vente ou consommation)	■ 7 %
■ Finance le crime organisé (mafia, marché noir)	■ 3 %
Sous-total « Altération de la personnalité et du jugement » :	9 %, avec :
■ Avoir les facultés affaiblies	■ 3 %
■ Altère le jugement et la prise de décision	■ 2 %
■ Rend la personne irresponsable	■ 2 %
■ Perte de contrôle de soi	■ 2 %
■ Perte de contact avec la réalité	■ 1 %
Banalisation de la consommation de drogues et de ses conséquences	2 %
Autre	7 %**

OPINION CONCERNANT LES MOTIVATIONS DU GOUVERNEMENT POUR LÉGALISER LE CANNABIS

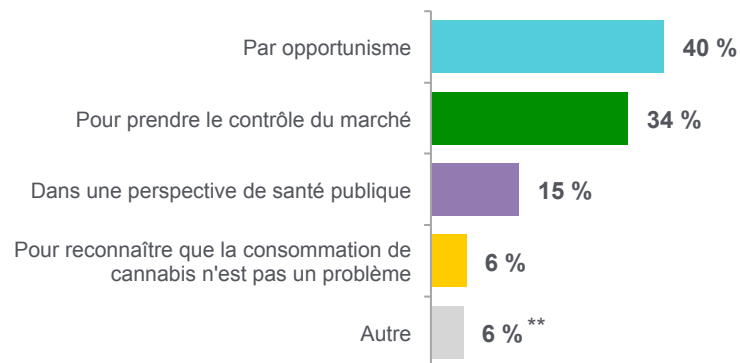
Les raisons prêtées au gouvernement pour légaliser le cannabis peuvent être regroupées en plusieurs grands thèmes :

- Tout d'abord, **l'opportunité** que cela représente d'améliorer le budget de l'État, d'alléger le système judiciaire et de gagner les faveurs de l'électorat (40 %);
- Ensuite, **le souhait de prendre le contrôle du marché** des mains du crime organisé et de réglementer la consommation de cannabis (34 %);
- Dans une **perspective de santé publique**, la volonté d'assurer un meilleur contrôle de la qualité du produit et de permettre son utilisation à des fins thérapeutiques (15 %).

On pourra par ailleurs noter qu'une minorité mentionne spontanément que c'est une façon de reconnaître que la consommation de cannabis n'est pas problématique (6 %);

Q22RR. À votre avis, pourquoi principalement le gouvernement veut-il légaliser le cannabis?

(Question ouverte avec une limite d'une réponse possible, Base : Ensemble des répondants, excluant 16 % de non-réponse*, n : 3547)



* La non-réponse est ici appréciable.

** Regroupement de mentions citées par moins de 1 % des répondants chacune.

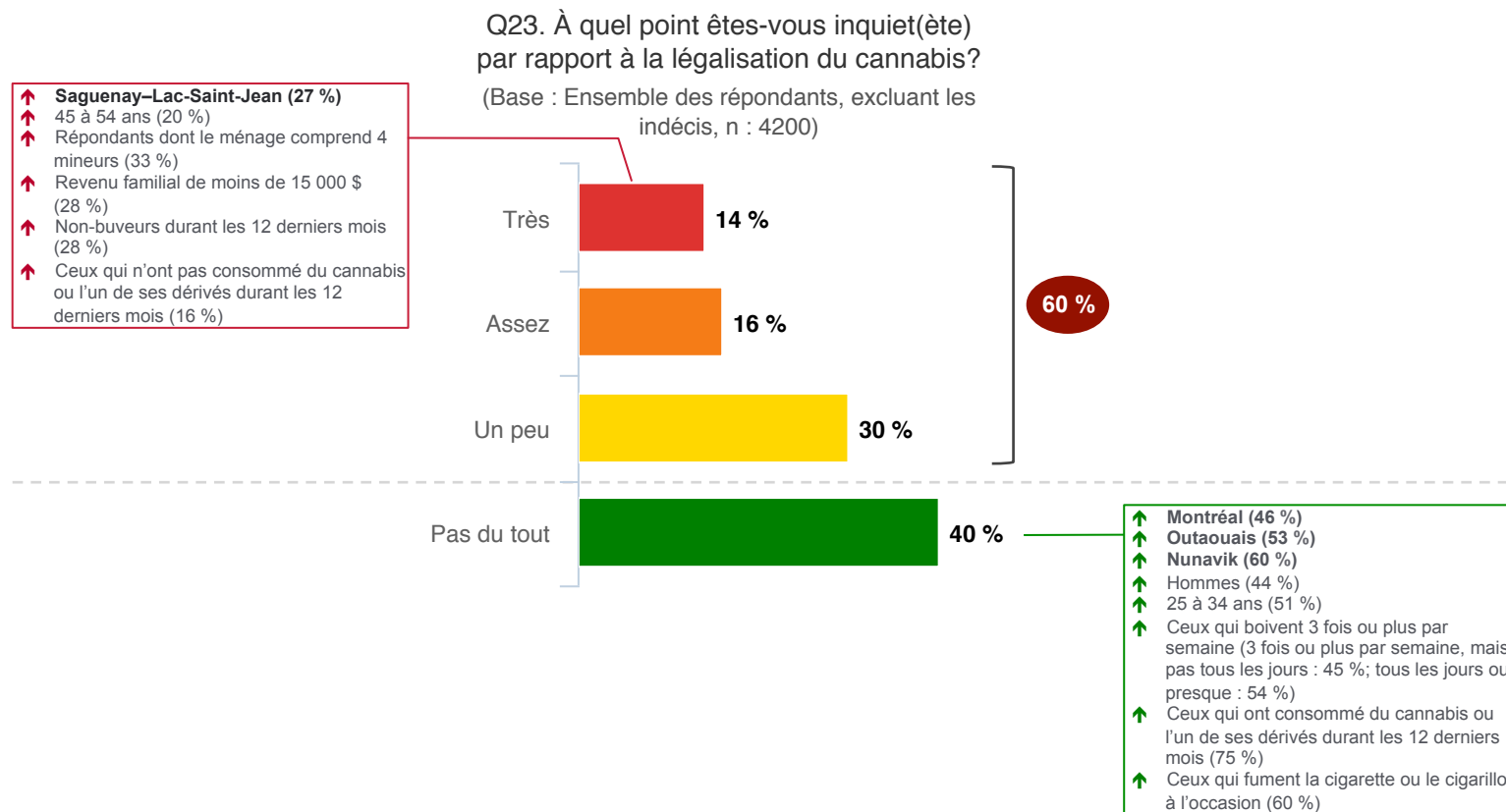


Détail des principales raisons citées

	% en nombre de répondants
Sous-total « Par opportunisme » :	40 %, avec :
■ Sous-total « Pour améliorer les revenus de l'État » :	■ 32 %, avec :
• Dans le but unique de faire de l'argent	• 19 %
• Pour collecter l'argent contourné par la vente illégale	• 7 %
• Pour augmenter les revenus de l'État	• 4 %
• Pour réduire les dépenses de l'État liées aux drogues	• 1 %
• Pour réduire les coûts de justice (frais judiciaires, corps policier)	• 1 %
■ Sous-total « Alléger le système judiciaire/décriminaliser la consommation » :	■ 5 %, avec :
• Pour éviter que les gens soient criminalisés pour du cannabis	• 3 %
• Pour alléger le système judiciaire (désengorger les tribunaux et prisons)	• 2 %
■ Sous-total « Gagner des voix aux élections/tenir les promesses électorales » :	■ 4 %, avec :
• Pour gagner la faveur des électeurs (aller chercher des votes)	• 2 %
• Pour tenir ses promesses électorales et être à l'écoute de l'électorat	• 1 %
Sous-total « Pour prendre le contrôle du marché » :	34 %, avec :
■ Sous-total « Lutter contre le commerce illégal/le crime organisé » :	■ 17 %, avec :
• Pour lutter contre le commerce illégal (contrebande, marché noir)	• 8 %
• Pour contrôler le marché (éviter le contrôle par le crime organisé)	• 6 %
• Pour soustraire de l'argent au crime organisé (les affaiblir)	• 2 %
■ Sous-total « Contrôler le marché/la distribution » :	■ 10 %, avec :
• Pour avoir un meilleur contrôle (sans précision)	• 5 %
• Pour contrôler la vente (distribution, points de vente, acheteurs)	• 5 %
■ Pour encadrer ou réglementer la consommation	■ 3 %
■ Pour diminuer la criminalité (sans lien précisé avec les drogues)	■ 2 %
■ Par incapacité à contrôler le marché de la drogue (vente, usage, etc.)	■ 2 %
■ La prohibition n'est pas efficace (peu de résultats, préférable de contrôler)	■ 1 %
Sous-total « Dans une perspective de santé publique » :	15 %, avec :
■ Pour permettre l'utilisation à des fins thérapeutiques ou médicales	■ 9 %
■ Sous-total « Contrôler la qualité du cannabis » :	■ 6 %, avec :
• Pour contrôler la qualité du cannabis en circulation (produit naturel)	• 6 %
• Pour contrôler le taux de THC du cannabis en circulation	• < 1 %
Sous-total « Pour reconnaître que la consommation de cannabis n'est pas un problème » :	6 %, avec :
■ La consommation ou vente de cannabis est un geste bénin	■ 2 %
■ Le cannabis est une drogue douce (pas dangereux pour la santé, inoffensif)	■ 2 %
■ Le cannabis est comparable à l'alcool ou au tabac (pas plus nocif)	■ 1 %
■ Le cannabis est moins dommageable que l'alcool ou le tabac	■ < 1 %
Sous-total « Autre » ;	6 %, avec :
■ Pour faire plus actuel (avancement social, s'adapter à la réalité, mode)	■ 1 %
■ Autre**	■ 5 %

NIVEAU D'INQUIÉTUDE PAR RAPPORT À LA LÉGALISATION DU CANNABIS

Une majorité (60 %) exprime de l'inquiétude par rapport à la légalisation du cannabis.



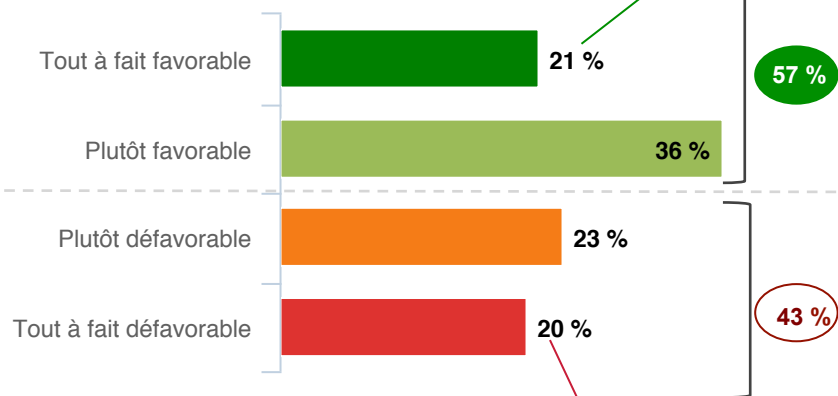
POSITION PAR RAPPORT À LA LÉGALISATION DU CANNABIS

Les Québécois sont très partagés au sujet de la légalisation du cannabis

- La majorité (57 %) est « tout à fait » (21 %) ou « plutôt » favorable (36 %) à la légalisation du cannabis.
- Il y a autant de répondants « tout à fait favorables » (21 %) que de « tout à fait défavorables » (20 %) à sa légalisation.

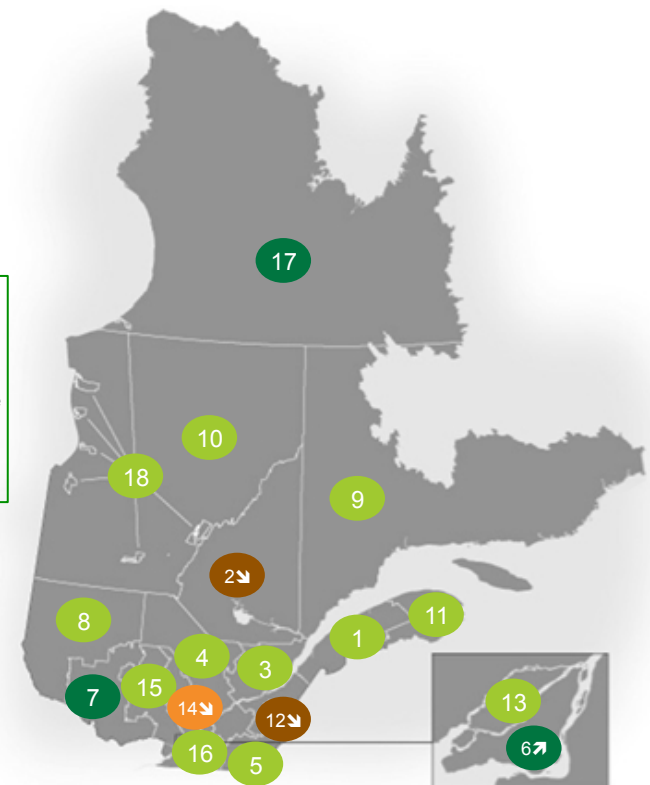
Q24. Quelle est votre position par rapport à la légalisation du cannabis?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4062)



- ↑ **Montréal (30 %)**
- ↑ Hommes (25 %)
- ↑ 25 à 34 ans (32 %)
- ↑ Langue maternelle autre que le français (27 %)
- ↑ Ceux qui boivent tous les jours ou presque (30 %)
- ↑ Ceux qui ont consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés durant les 12 derniers mois (53 %)

- ↑ **Saguenay–Lac-Saint-Jean (34 %)**
- ↑ **Chaudière-Appalaches (30 %)**
- ↑ Lanaudière (29 %)
- ↑ 45 à 54 ans (26 %)
- ↑ Ceux qui n'ont pas consommé d'alcool durant les 12 derniers mois (36 %)
- ↑ Ceux qui ne travaillent pas par choix (44 %)
- ↑ Aucun diplôme/Secondaire/DEP (25 %)
- ↑ Ceux qui n'ont pas consommé du cannabis ou l'un de ses dérivés durant les 12 derniers mois (22 %)
- ↑ Répondants dont le ménage comprend 4 mineurs (55 %)



Caractérisation des régions sociosanitaires selon la proportion de « très/plutôt favorable » à la légalisation du cannabis

- 40 % et % → 2. Saguenay–Lac-St-Jean : 39 %
12. Chaudière-Appalaches : 40 %
- Plus de 40 % à 50 % → 14. Lanaudière : 46 %
- Plus de 50 % à 60 %
- Plus de 60 % → 6. Montréal : 67 %

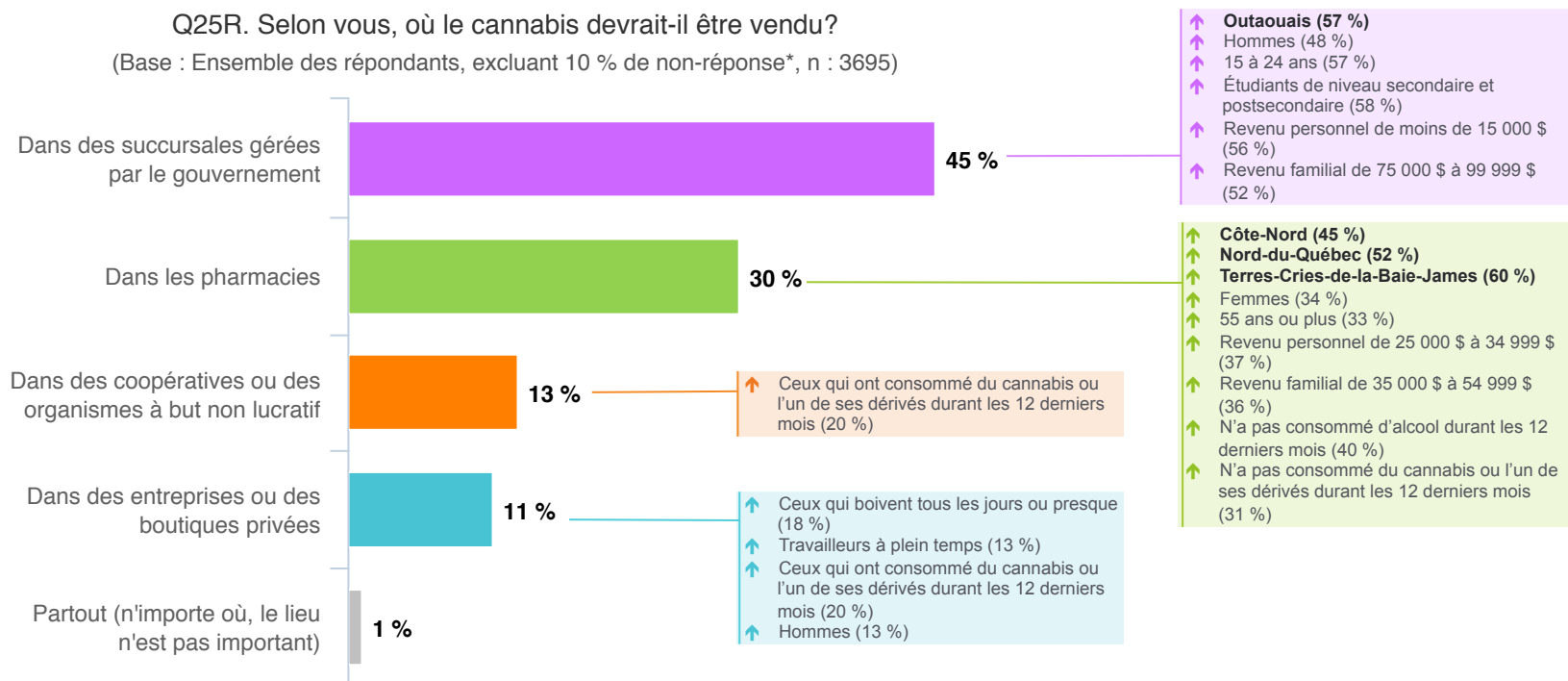
LIEUX DE VENTE DU CANNABIS

Du cannabis à vendre dans des endroits permettant le meilleur encadrement de sa commercialisation

- Parce que la légalisation du cannabis suscite de l'inquiétude, les lieux de vente les plus susceptibles d'encadrer sa vente sont préférés.
- En effet, les succursales gérées par le gouvernement (45 %) ou les pharmacies (30 %) sont identifiées comme étant les endroits où le cannabis devrait être vendu, loin devant les coopératives ou les organismes à but non lucratif (13 %) ou les entreprises ou les boutiques privées (11 %).

Q25R. Selon vous, où le cannabis devrait-il être vendu?

(Base : Ensemble des répondants, excluant 10 % de non-réponse*, n : 3695)



* La non-réponse est ici appréciable.

OPINION AU SUJET DE DIFFÉRENTES MESURES POUR RÉGLEMENTER LA VENTE DE CANNABIS ET SON USAGE



Dans un contexte de légalisation du cannabis, l'ensemble des mesures proposées pour réglementer sa vente et son usage seraient bien accueillies :

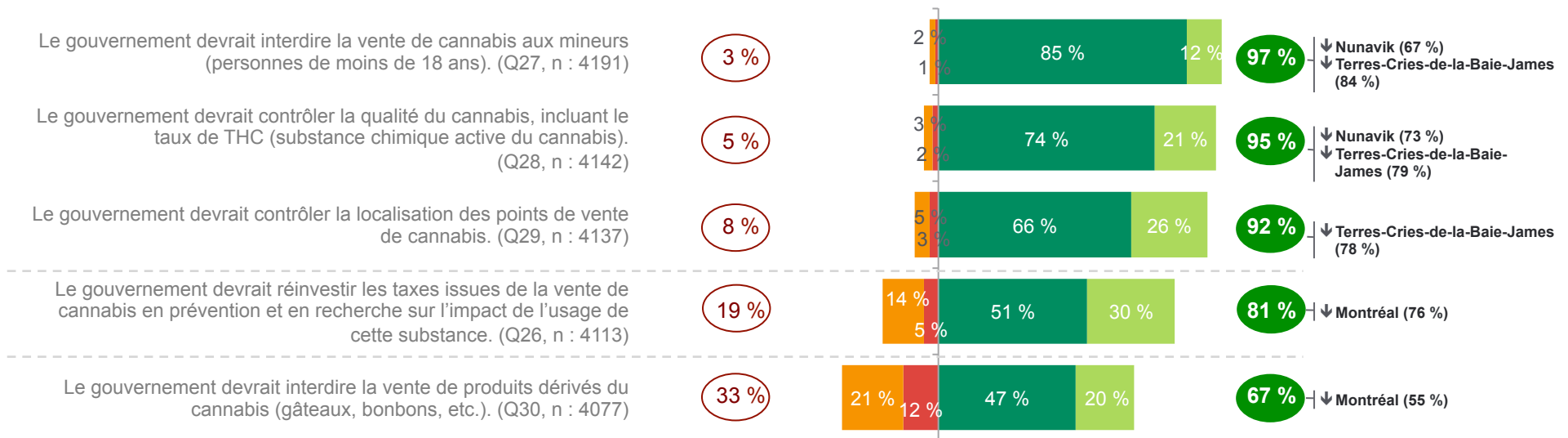
- La quasi-totalité se dit en faveur de l'interdiction de la vente de cannabis aux mineurs (97 %), du contrôle par le gouvernement de la qualité du cannabis, incluant le taux de THC (95 %) ou du contrôle de la localisation des points de vente de cannabis par le gouvernement (92 %).
- Huit répondants sur dix (81 %) pensent que le gouvernement devrait réinvestir les taxes issues de la vente de cannabis en prévention et en recherche sur l'impact de l'usage de cette substance.
- Un peu plus des deux tiers (67 %) se disent pour l'interdiction de la vente de produits dérivés du cannabis (p. ex. gâteaux, bonbons). Ici, il demeure toutefois place à la sensibilisation de la population quant aux conséquences possibles de la disponibilité de ces produits, par exemple le risque qu'ils soient consommés par inadvertance par des enfants.

Q26. à Q30. Dans un contexte de légalisation du cannabis, le gouvernement pourrait agir à différents niveaux pour réglementer sa vente et son usage. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les mesures suivantes?

(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis)

Sous-total en désaccord

Sous-total en accord



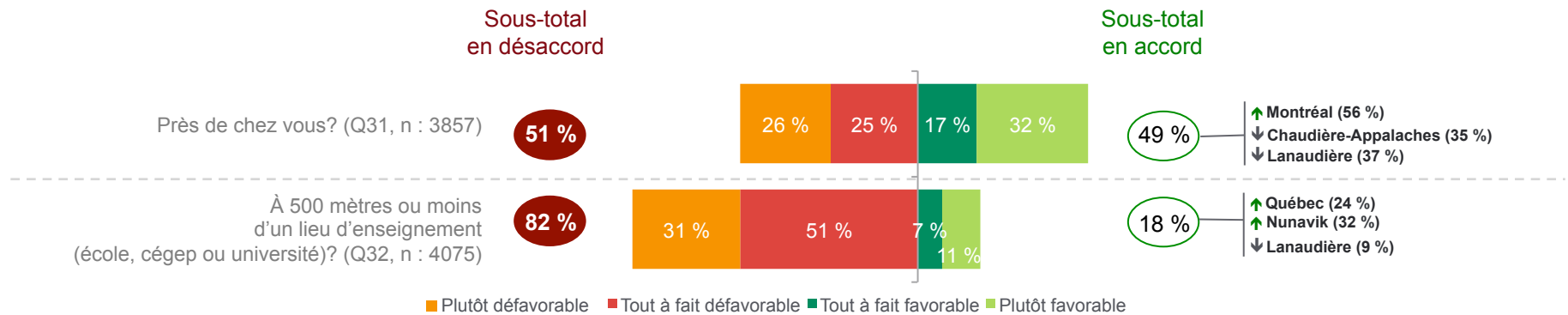
■ Plutôt en désaccord ■ Tout à fait en désaccord ■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord

OPINION AU SUJET DE LA LOCALISATION DES POINTS DE VENTE DE CANNABIS

Des points de vente de cannabis loin des lieux d'enseignement!

- La plupart des répondants sont en désaccord (82 %) avec l'installation d'un point de vente de cannabis à proximité d'un lieu d'enseignement.
- Les avis sont cependant plus partagés au sujet de l'installation d'un point de vente à proximité de chez soi (51 % sont en désaccord).

Q31. et Q32. Lorsque le cannabis sera légalisé, dans quelle mesure serez-vous favorable ou défavorable à ce qu'un point de vente s'installe... Diriez-vous...
(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis)



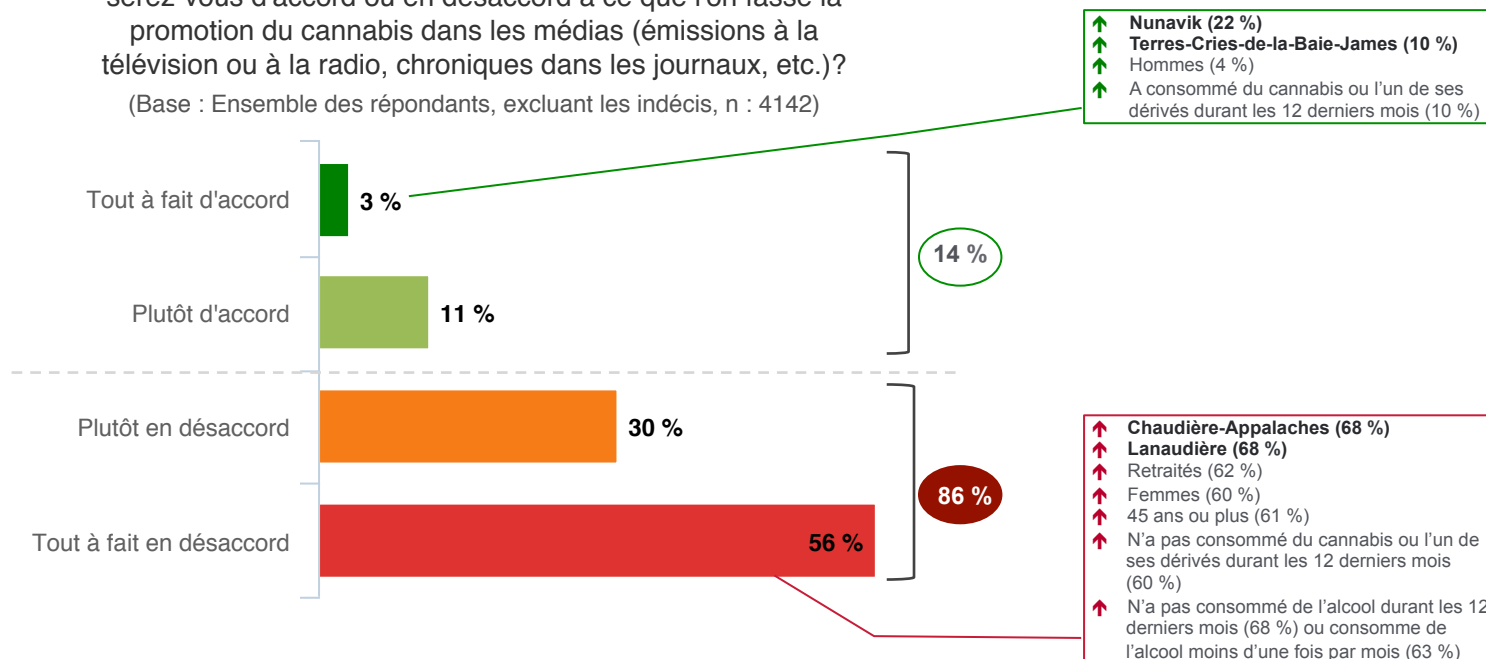
OPINION AU SUJET DE LA PROMOTION DU CANNABIS DANS LES MÉDIAS

Pas de promotion du cannabis dans les médias!

La plupart des répondants (86 %) se disent contre la promotion du cannabis dans les médias lorsque ce dernier sera légalisé.

Q33. Lorsque le cannabis sera légalisé, dans quelle mesure serez-vous d'accord ou en désaccord à ce que l'on fasse la promotion du cannabis dans les médias (émissions à la télévision ou à la radio, chroniques dans les journaux, etc.)?

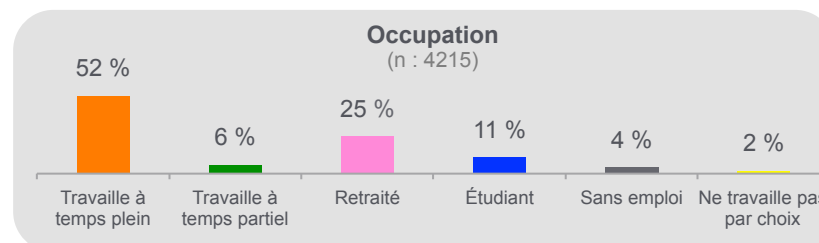
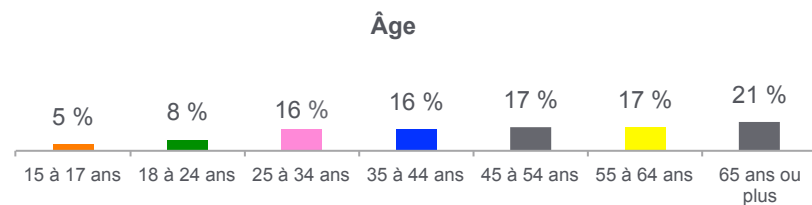
(Base : Ensemble des répondants, excluant les indécis, n : 4142)



Chapitre 3

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS



NOTE : Les répondants en congé sabbatique, en congé maternité, en congé maladie ou d'accident du travail devaient indiquer si ils travaillent habituellement à temps plein ou à temps partiel.

En % colonne	Ensemble	Alcool (Q1R)			Cannabis (Q18)
		Non-buveurs	Moins d'une fois/semaine	Au moins une fois/semaine	Cannabis ou dérivés
ÂGE					
15 à 17	5	13* ↗	7	1 ↘	10 ↗
18 à 24	8	10	12	5	22 ↗
25 à 34	16	13	18	16	31 ↗
35 à 44	16	11 ↘	16	17	15
45 à 54	17	12 ↘	17	18	11 ↘
55 à 64	17	17	14	19	7 ↘
65 ou plus	21	24	16	24	4 ↘
OCCUPATION					
Travaille à temps plein	52	35 ↘	51	58 ↗	61 ↗
Travaille à temps partiel	6	5	8 ↗	5 ↘	9
Retraité	25	27	19	29 ↗	5 ↘
Étudiant	11	23 ↗	16 ↗	5 ↘	21 ↗
Sans emploi	4	7 ↗	4	2 ↘	3
Ne travaille pas par choix	2	2	2	1	1

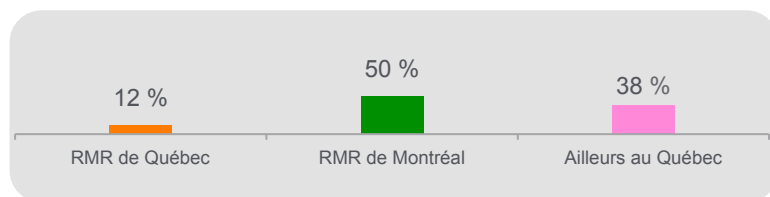
NOTE : Base Tous, n : 4250, sauf indications contraires. Les résultats d'ensemble sont pondérés et représentatifs des résidents du Québec de 15 ans et plus.

* EXEMPLE DE LECTURE :

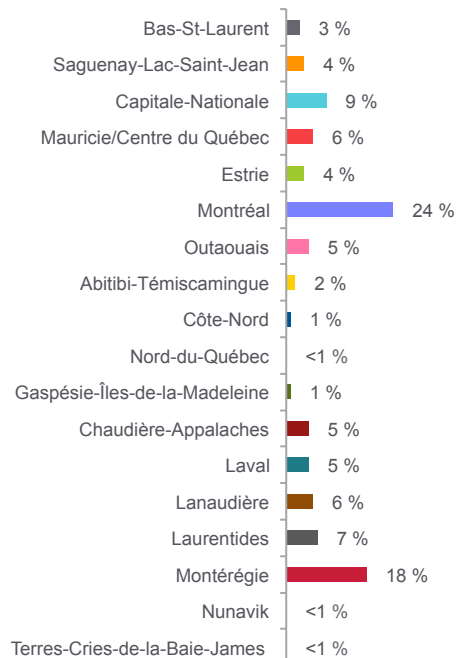
Parmi l'ensemble des non-buveurs de 15 ans et plus, 13 % sont âgés de 15 à 17 ans. Autrement dit, les répondants de 15 à 17 ans sont proportionnellement plus nombreux parmi les non-buveurs de 15 ans et plus.

PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)

Région métropolitaine de recensement (RMR)



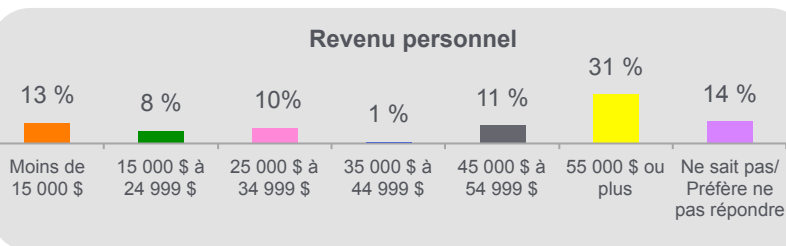
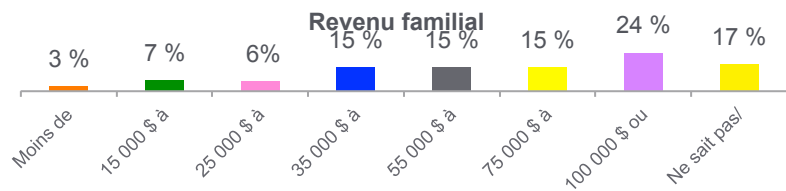
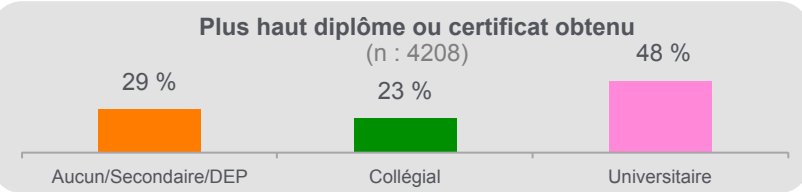
Région sociosanitaire



En % colonne	Ensemble	Alcool (Q1R)			Cannabis (Q18)
		Non-buveurs	Moins d'une fois/semaine	Au moins une fois/semaine	Cannabis ou dérivés
RÉGION*					
RMR* Québec	12	6 ↘	10	14 ↗	11
RMR* Montréal	50	51	50	50	55 ↗
Ailleurs au Québec	38	43	40	36 ↘	34
Région sociosanitaire					
Bas-Saint-Laurent	3	1	3	3	1
Saguenay-Lac-Saint-Jean	4	4	3	3	4
Capitale-Nationale	9	5	8 ↘	11 ↗	10
Mauricie/Centre-du-Québec	6	6	7 ↗	5	4
Estrie	4	4	4	4	3
Montréal	24	26	25	23	35 ↗
Outaouais	5	7	5	4	5
Abitibi-Témiscamingue	2	1	2	2	2
Côte-Nord	1	1	1	1	1
Nord-du-Québec	<1	<1	<1	<1	<1
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1	2	1	1	1
Chaudière-Appalaches	5	4	5	5	2-
Laval	5	5	6	5	4
Lanaudière	6	6	6	6	5
Laurentides	7	5	7	8	8
Montérégie	18	22	17	19	15
Nunavik	<1	<1	<1	<1	<1
Terres-Cries-de-la-Baie-James	<1	1	<1	<1	<1

* Région métropolitaine de recensement (RMR).

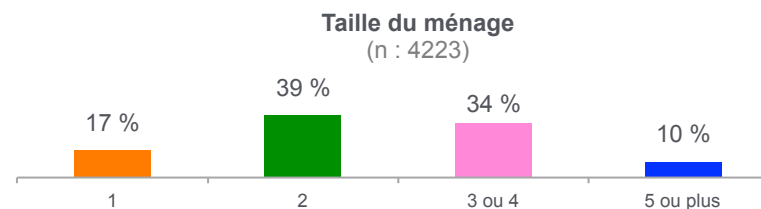
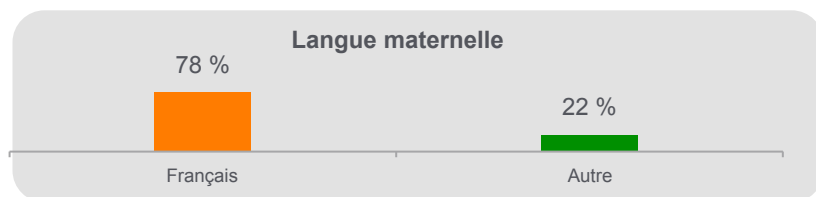
PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)



En % colonne	Ensemble	Alcool (Q1R)			Cannabis (Q18)
		Non-buveurs	Moins d'une fois/semaine	Au moins une fois/semaine	Cannabis ou dérivés
SEXE					
Homme	49	53	43 ↘	55 ↗	63 ↗
Femme	51	47	57 ↗	45 ↘	37 ↘
PLUS HAUT DIPLOME/ CERTIFICAT					
Aucun/ Secondaire/DEP	29	48 ↗	32 ↗	21 ↘	35 ↗
Collégial	23	20	24	24	28
Universitaire	48	32 ↘	44 ↘	56 ↗	37 ↘
REVENU FAMILIAL					
Moins de 15 000 \$	3	9 ↗	4	1 ↘	4
15 000 \$ à 24 999 \$	5	8 ↗	5	4 ↘	5
25 000 \$ à 34 999 \$	6	9 ↗	6	4 ↘	7
35 000 \$ à 54 999 \$	15	16	15	15	19
55 000 \$ à 74 999 \$	15	11	14	16	16
75 000 \$ à 99 999 \$	15	9 ↘	15	17 ↗	13
100 000 \$ ou plus	24	13 ↘	22 ↘	29 ↗	23
NSP/NRP	17	25 ↗	19 ↗	14	13
REVENU PERSONNEL					
Moins de 15 000 \$	13	27 ↗	17 ↗	6 ↘	24 ↗
15 000 \$ à 24 999 \$	8	12	10	7 ↘	11
25 000 \$ à 34 999 \$	10	12	11	10	11
35 000 \$ à 44 999 \$	13	9	11	14 ↗	11
45 000 \$ à 54 999 \$	11	7 ↘	10	13 ↗	13
55 000 \$ ou plus	31	15 ↘	26 ↘	39 ↗	24 ↘
NSP/NRP	14	18 ↗	15	11 ↘	6 ↘

NOTE : Base Tous, n : 4250, sauf indications contraires

PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)



En % colonne	Ensemble	Alcool (Q1R)			Cannabis (Q18)
		Non- buveurs	Moins d'une fois/ semaine	Au moins une fois/ semaine	Cannabis ou dérivés
LANGUE MATERNELLE					
Français	78	67 ↘	78	81	75
Anglais	22	33 ↗	22	19	25
TAILLE DU MÉNAGE					
1	17	18	16	18	16
2	39	34	35 ↘	44 ↗	37
3 ou 4	34	37	37 ↗	30 ↘	34
5 ou plus	10	11	12 ↗	8 ↘	13

Annexe 1

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE



OBJECTIF L'objectif de cette annexe est de réunir les informations utiles sur le déroulement des trois volets de cette étude. Pour ce faire, nous expliquons la méthodologie utilisée et nous en présentons les résultats administratifs, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats, et ainsi à pouvoir la reproduire selon le même protocole au besoin.

POPULATION CIBLE La population cible est constituée des résidents du Québec, de 15 ans et plus.

PLAN DE SONDAGE

	Volet A, par Internet auprès d'internautes du Québec	Volet B, par Internet auprès de mineurs de 15 à 17 ans	Volet C par téléphone, auprès des strates à compléter
Base de sondage	Le Panel Or de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.	Par l'intermédiaire du Panel Or de SOM. Les panélistes invités à répondre au volet A étaient incités à transmettre le lien du sondage aux personnes de 15 à 17 ans de leur ménage. Il s'agit d'un échantillon « boule de neige » non probabiliste.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le Panel téléphonique Or de SOM, qui est un échantillon probabilistes de personnes préalablement recrutées par téléphone, qui ont accepté de répondre à d'autres sondages réalisés par SOM. ▪ Ainsi qu'un échantillon généré aléatoirement à partir des échanges téléphoniques valides couvrant le territoire à l'étude et à l'aide du progiciel CONTACT de SOM.
Plan d'échantillonnage	Plan d'échantillonnage probabiliste avec stratification régionale. Dans le cadre de ce volet, 3 746 questionnaires ont été complétés.	L'obtention du maximum de questionnaires complétés possible était visée. Dans le cadre de ce volet, 75 questionnaires ont été complétés.	Plan d'échantillonnage probabiliste aléatoire non proportionnel avec stratification régionale. Dans le cadre de ce volet, 429 questionnaires additionnels ont été complétés.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

PLAN DE SONDAGE (SUITE)

Régions sociosanitaires	Nombre de questionnaires complétés
1. Bas-Saint-Laurent	110
2. Saguenay–Lac-Saint-Jean	134
3. Québec	358
4. Mauricie/Centre-du-Québec	248
5. Estrie	161
6. Montréal	907
7. Outaouais	191
8. Abitibi-Témiscamingue	105
9. Côte-Nord	108
10. Nord-du-Québec	89
11. Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	111
12. Chaudière-Appalaches	195
13. Laval	187
14. Lanaudière	232
15. Laurentides	250
16. Montérégie	661
17. Nunavik	100
18. Terres-Cries-de-la-Baie-James	103
Ensemble du Québec	4250



Le questionnaire a été élaboré par SOM en collaboration avec le client, puis révisé et programmé par SOM.
Le questionnaire était disponible en français et en anglais.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)



COLLECTE	Volet A, par Internet auprès d'internautes du Québec	Volet B, par Internet auprès de mineurs de 15 à 17 ans	Volet C par téléphone, auprès des strates à compléter
Période de collecte	Du 3 au 22 août 2016	Du 3 au 17 août 2016	Du 4 au 20 août 2016
Mode d'entrevue	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Questionnaires autoadministrés auprès du panel Or de SOM ▪ Invitations par courriel gérées par SOM ▪ Collecte web sur les serveurs de SOM 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Questionnaires autoadministrés auprès de 15-17 ans, invités par le biais des membres du panel Or de SOM, sollicités dans le cadre du volet A de l'étude ▪ Invitations par courriel gérées par SOM et transmises aux membres du panel Or de SOM, invités à répondre au volet A ▪ Collecte web sur les serveurs de SOM 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Téléphonique assistée par ordinateur ▪ Gestion informatisée des numéros de téléphone ▪ Maximum de 23 appels lorsqu'un rendez-vous a été pris ▪ Maximum de 20 appels pour les autres types de non-réponse
Résultats	Taux de réponse : 38 %	Non disponible en raison du mode de collecte	Taux de non-réponse : 36 % Taux de refus : 40,4 % Taux de réponse : 23,6 %

Volet A, par Internet auprès
d'internautes du Québec

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	9 970	Désabonnement	20
Nombre d'entrevues visées	3 470	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	1
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	4 606
Invitations envoyées (A)	9 880	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	7	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	85	Quota de l'utilisateur dépassé	1
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	3 746	Autres messages de retour non reconnus	5
Hors de la population visée	0	Unité non jointe totale (D)	6
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	3 746	Courriel invalide (usager@)	31
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	467	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	6	Unité inexistante totale (E)	31
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	46,8 %
Abandon durant le questionnaire	366	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	81,4 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	38,0 %

Volet B, par Internet auprès
des mineurs de 15 à 17 ans

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	0	Désabonnement	0
Nombre d'entrevues visées	MAX	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	121
Invitations envoyées (A)	0	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	0	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	75	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	16	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	91	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	0	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	-- %
Abandon durant le questionnaire	30	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	75,2 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	-- %

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)



Volet C par téléphone, auprès des strates à compléter

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

Ensemble

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
A) ÉCHANTILLON DE DÉPART	3728	F) Numéros non joints (C1 + C2 + C4)	287
B) NUMÉROS NON VALIDES	881	G) Numéros joints (A - F)	3441
B1) Hors service	799	H) Numéros joints non valides (B)	881
B2) Non résidentiel	51	I) Numéros joints valides (G - H)	2560
B3) Hors strate	1	J) Estimation du nombre de numéros non joints valides (F X I ÷ G)	214
B4) Télécopieur	27	K) Estimation du nombre total de numéros valides (I + J)	2774
B5) Duplicata	3		
C) UNITÉS NON JOINTES (NON RÉSOLUES)	622		
C1) Pas de réponse	203		
C2) Ligne occupée	7	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ DE SOM (TRE)	
C3) Répondeur	335	Non-réponse estimée (C3 + D2 + J + D1) ÷ K	36,0 %
C4) Ligne en dérangement	77	Refus ((D3 + D4 + D5 + D6) ÷ K)	40,4 %
D) UNITÉS JOINTES NON RÉPONDANTES	1572	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ (E1 + E2 + E3) ÷ K	23,6 %
D1) Incapacité, maladie, problème de langue	65		
D2) Répondant sélectionné pas disponible	386		
D3) Refus du ménage	850	TAUX DE RÉPONSE DE L'ARIM*	
D4) Refus de la personne	182	Taux de réponse (E ÷ (C + D + E))	23,0 %
D5) Refus sur cellulaire	38		
D6) Incomplet	51		
E) UNITÉS JOINTES RÉPONDANTES	653		
E1) Autres langues	85		
E2) Non admissibles	139		
E3) Entrevues complétées	429		

*La différence entre les deux taux de réponse (s'il y a lieu) tient au fait que le taux de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) suppose que tous les numéros non joints sont valides alors que le taux SOM suppose plutôt qu'il y a la même proportion de numéros valides parmi les non joints que parmi ceux qui ont été joints.

PONDÉRATION ET TRAITEMENT Les données ont été pondérées de façon à refléter la répartition de la population des résidents du Québec, âgés de 15 ans ou plus.

Plus précisément, les distributions utilisées pour la pondération sont les suivantes :

- Pour l'ensemble des régions sociosanitaires, à l'exception de la Capitale-Nationale et du Nunavik : le nombre de résidents par âge (15-24, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans et plus) par sexe et par région sociosanitaire;
- Pour la région sociosanitaire de la Capitale-Nationale : le nombre de résidents par âge (15-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans et plus) et par sexe;
- Pour la région sociosanitaire du Nunavik : le nombre de résidents par âge (15-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55 ans et plus) et par sexe;
- La proportion de personnes seules pour les trois régions (Région métropolitaine de recensement de Montréal, RMR de Québec, ailleurs);
- La distribution selon la langue maternelle pour les trois régions (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs).

Les sources de ces distributions correspondent :

- au recensement 2011 pour la proportion de personnes seules et la distribution selon la langue maternelle pour les trois régions (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs);
- à des estimations de l'Institut de la statistique du Québec 2015, pour les répartitions par âge par sexe et par région sociosanitaire.

Une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR Le calcul des marges d'erreur est théoriquement impossible en raison de l'utilisation d'un échantillon non probabiliste auprès des mineurs de 15 à 17 ans (volet B). Les deux autres volets (A et C) représentent 98 % des répondants et utilisent des échantillons probabilistes.

Les marges d'erreur présentées à la page suivante figurent uniquement à titre indicatif et tiennent compte de l'effet de plan. Elles correspondent aux marges d'erreur applicables si l'ensemble des échantillons utilisés avaient été probabilistes.

L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération.

L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants.

Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 2 516 ($4250 \div 1,689$).

La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée. En effet, la marge d'erreur est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.

Le tableau de la page suivante donne les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région métropolitaine de recensement (RMR)			
	Ensemble	RMR Québec	RMR Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	4250	462	1873	1915
EFFET DE PLAN	1,689	1,138	1,788	1,639
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	±0,4%	±1,0%	±0,6%	±0,6%
95 % ou 5 %	±0,9%	±2,1%	±1,3%	±1,2%
90 % ou 10 %	±1,2%	±2,9%	±1,8%	±1,7%
80 % ou 20 %	±1,6%	±3,9%	±2,4%	±2,3%
70 % ou 30 %	±1,8%	±4,5%	±2,8%	±2,6%
60 % ou 40 %	±1,9%	±4,8%	±3,0%	±2,8%
50 % (MARGE MAXIMALE)	±2,0%	±4,9%	±3,0%	±2,9%

* La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée : elle est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.