

Groupes de discussion exploratoires sur la marijuana - Rapport de recherche

Numéro d'enregistrement ROPSC : 15-04

Numéro d'enregistrement ROP : ROP-049-15

Préparé pour : Santé Canada

Numéro de contrat : HT372-15294-001-CY

Date d'attribution du contrat : 31 mars 2016

Date de remise : 11 juillet 2016

Coordonnées : por-rop@hc-sc.gc.ca

This report is also available in English.

Table des matières

- [Résumé](#)
- [Introduction](#)
- [Constatations détaillés](#)
- [Conclusions et recommandations](#)
- [Annexe A : Guide de discussion](#)
- [Annexe B : Questionnaire de recrutement](#)

Résumé

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter ce rapport, qui vient résumer les résultats de sa recherche qualitative exploratoire sur la marijuana, à Santé Canada.

Santé Canada prévoit lancer une campagne de sensibilisation et d'éducation fondée sur des données probantes auprès de la population, dans le but de permettre aux Canadiens de faire des choix responsables et éclairés dans un contexte de légalisation « potentielle » de la marijuana, en les informant, entre autres, des risques pour la santé et la sécurité personnelle et publique associés à la consommation de marijuana et à la conduite avec facultés affaiblies. Afin d'orienter l'élaboration de cette campagne d'éducation destinée au grand public, il est apparu nécessaire de mener une recherche par groupes de discussion, afin de connaître le point de vue, les connaissances, les attitudes et les comportements de la population générale, mais surtout ceux des jeunes, de leurs parents et des jeunes adultes, au sujet de la marijuana et des conséquences des changements proposés en ce qui a trait à sa légalisation et à sa réglementation. Les résultats de cette recherche serviront à préciser la portée, les messages et le ton d'une campagne publique de sensibilisation

destinée à fournir des informations susceptibles de répondre aux besoins de groupes divers. Ils serviront également à élaborer des lois et des politiques en matière d'utilisation de la marijuana et à concevoir du contenu Web, des trousseaux d'outils ainsi que programmes éducatifs publics. Le coût total de cette recherche s'élève à 136 241,62 \$ (TVH comprise).

Afin d'atteindre ces objectifs, Earnscliffe a mené une phase d'étude complète s'inscrivant dans cette recherche qualitative. Cette étude comprenait une série de vingt-quatre séances de groupes de discussion, tenues dans quatre villes canadiennes : Toronto, en Ontario (du 20 au 22 juin), Vancouver, en Colombie-Britannique (du 21 au 23 juin), Halifax, en Nouvelle-Écosse (du 27 au 29 juin) et Montréal, au Québec (du 27 au 29 juin). Les séances menées à Montréal se sont déroulées en français. Dans chaque ville, une séance a été effectuée avec chacun des groupes suivants : de jeunes adultes de 19 à 24 ans, des adultes de 25 ans et plus, des parents de jeunes de 13 à 15 ans, des parents de jeunes de 16 à 18 ans, des jeunes de 13 à 15 ans et des jeunes de 16 à 18 ans.

La recherche visait à explorer les aspects suivants : les connaissances, perceptions, attitudes et comportements relatifs à la consommation de marijuana (et, plus particulièrement, à ses effets sur la santé des jeunes et des jeunes adultes); la légalisation (et l'utilisation responsable) de cette substance et la conduite avec facultés affaiblies; les réactions à certains énoncés portant sur la marijuana, afin de déterminer leur clarté, leur crédibilité et leur pertinence; et, enfin, la meilleure façon d'informer les Canadiens des effets et des conséquences associés à l'utilisation de la marijuana, en cherchant à connaître les sources d'information des participants, de même que les méthodes et les outils médiatiques privilégiés pour transmettre certains renseignements.

Pour les besoins de ce rapport, il convient de mentionner qu'une recherche qualitative s'avère une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. Il est à noter qu'en raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.

Les principales constatations de cette recherche sont présentées ci-dessous.

Volet exploratoire (mise en contexte)

- **La très grande majorité, sinon la totalité, des participants (de tous les groupes) étaient au courant de la légalisation « potentielle » de la marijuana au Canada.**
- **Même si elle ne visait pas précisément à connaître la position des participants sur la « potentielle » légalisation de la marijuana, la discussion a permis de constater que la plupart d'entre eux, surtout ceux âgés de plus de 18 ans,**

étaient généralement à l'aise avec cette idée. La marijuana a ainsi maintes fois été décrite comme un « produit naturel », une « plante » ou une « herbe ». Les participants avaient tendance à la distinguer des autres drogues ou médicaments d'ordonnance, par exemple la cocaïne, l'héroïne, la méthamphétamine en cristaux, etc.

- **Parmi les avantages de la légalisation les plus souvent cités, on notait les suivants : les bienfaits économiques dont pourrait bénéficier le gouvernement (et les Canadiens); l'impression que la qualité de la marijuana s'en trouverait uniformisée et réglementée, rendant ainsi le produit plus sûr (c.-à-d. non mélangé à des substances inconnues, à des produits chimiques ou à d'autres drogues); l'élimination du marché noir ou des éléments criminels associés au trafic de la marijuana; la diminution de la pression exercée sur le système de soins de santé, une baisse des prescriptions faites par les médecins étant susceptible de découler d'un accès plus facile à la marijuana; et la diminution de la pression exercée sur le système judiciaire, moins de temps et d'argent étant consacrés à surveiller et à pénaliser les utilisateurs de cette substance (des ressources qui pourraient servir à la lutte aux « véritables criminels »).**
- **Parmi les désavantages de la légalisation les plus souvent cités, on notait les suivants : les risques pour la santé associés au fait de fumer; un sentiment de malaise relié à l'exposition à la fumée secondaire; un sentiment de malaise relié au fait de devoir supporter l'odeur de la marijuana (p. ex., chez les personnes partageant un logement); et la conduite sous l'influence de la marijuana.**
- **Les risques pour la santé associés à la marijuana étaient le plus souvent décrits comme étant des risques à long terme (c.-à-d. des risques non susceptibles de poser problème avant de nombreuses années).** Parmi ceux-ci, on retrouvait : les problèmes pulmonaires ou respiratoires; le cancer (relié au fait de fumer la marijuana, surtout lorsque mélangée avec du tabac); et l'effet de la marijuana sur le développement du cerveau des adolescents. Certains participants, généralement des adultes, ont également spontanément soulevé le lien entre la marijuana et la schizophrénie. Cet aspect, cependant, n'était pas aussi largement connu ou volontiers accepté au sein des groupes. En plus de ces risques, les jeunes de 13 à 15 ans ont également mentionné le risque de dépendance, alors que leurs parents se sont montrés préoccupés par la possibilité que la consommation de marijuana ouvre la voie à celle de drogues dures.
- **Les risques à plus court terme pour la santé associés à la marijuana touchaient généralement aux aspects suivants : la paresse (la manque de motivation ou de détermination); et les changements dans la personnalité ou le comportement.**
- **La très grande majorité des participants, parmi tous les groupes, étaient d'avis que les risques pour la santé associés à la marijuana varient selon l'âge; à leurs yeux, ces risques s'avèrent plus importants chez les adolescents en raison de l'effet de cette substance sur le développement du cerveau.** Bien que tous les participants aient affirmé que la consommation de marijuana serait inappropriée chez les enfants, les raisons invoquées pour justifier ce point de vue variaient grandement. Même si certains répondants, dans tous les groupes, ont fait

ressortir des risques pour la santé mentale, d'autres personnes ne se sont pas montrées nécessairement convaincues de l'existence de ces risques, mais ont affirmé que l'immaturité d'un enfant ferait en sorte qu'il manquerait sans doute de jugement lorsque ses capacités seraient affaiblies ou qu'il serait appelé à décider du moment approprié pour consommer de la marijuana.

- **Appelés à dire si, à leur avis, l'accès à la marijuana et l'usage de cette substance chez les adolescents augmenteraient si elle était légalisée, les groupes ont exprimé des points de vue variés.** La plupart des participants, à l'exception des jeunes de 13 à 15 ans et de leurs parents, ont affirmé ne pas croire que cet accès et cet usage augmenteraient, soutenant que la marijuana était déjà facilement accessible, et que les jeunes désireux d'en faire l'essai pouvaient très aisément s'en procurer. En fait, certains d'entre eux se sont même montrés d'avis que l'accès à la marijuana et l'usage de cette substance chez les jeunes pourraient diminuer avec sa légalisation, le facteur « rébellion » qui lui est associé se trouvant automatiquement éliminé.
- D'autre part, plusieurs jeunes de 13 à 15 ans et certains de leurs parents ont dit être préoccupés par l'augmentation de l'accès à la marijuana et de son utilisation en cas de légalisation, rappelant la facilité avec laquelle les jeunes peuvent se procurer de l'alcool de nos jours (p. ex., en demandant à un membre de la famille ou à une connaissance plus âgés de le faire pour eux). À leur avis, la légalisation de la marijuana pourrait les amener à minimiser les risques associés à sa consommation.
- Concernant la conduite avec facultés affaiblies, la vaste majorité des participants ont affirmé connaître quelqu'un ayant conduit un véhicule sous l'influence de la marijuana ou ayant été passager d'un véhicule dont le conducteur était sous l'influence de la marijuana. **De façon générale, la plupart d'entre eux se montraient d'accord pour dire que la conduite sous l'influence de la marijuana était moins dangereuse que la conduite sous l'influence de l'alcool.** Les conducteurs aux facultés affaiblies par la marijuana ont été décrits comme étant plus détendus, calmes et prudents. En fait, quelques participants ont même affirmé avoir l'impression que certaines de leurs connaissances conduisaient mieux sous l'influence de la marijuana que sobres.
- **Parmi les points de vue les plus fréquemment exprimés, on notait celui voulant que les consommateurs expérimentés, ou les « gros fumeurs », soient moins à risque de voir leurs capacités affaiblies.** Certaines observations et expériences personnelles ont amené de nombreux participants à invoquer des cas isolés d'individus se comportant de façon tout à fait normale sous l'influence de la marijuana -- un contraste saisissant, à leur avis, avec la façon dont se comportent habituellement les gens lorsqu'ils ont bu de l'alcool.
- **Toutefois, plusieurs participants, dans toutes les villes et parmi tous les groupes, étaient d'avis qu'une diminution des capacités d'une personne demeure, dans les faits, une diminution, peu importe le contexte.** Certains participants ont ainsi exprimé l'idée que le fait que la marijuana altère l'état de conscience d'une personne est un signe d'une diminution des capacités de cette dernière -- sinon, pourquoi utiliserait-on alors la marijuana? D'autres personnes se montraient d'accord pour affirmer que la conduite avec facultés affaiblies, que ce

- soit par l'alcool ou la marijuana, s'avère répréhensible. Elles exprimaient toutefois, à haute voix, des doutes à savoir si, vraiment, toutes les personnes consommant de la marijuana en voient leurs capacités affaiblies.
- **Appelés à s'exprimer sur les conséquences légales de la conduite sous l'influence de la marijuana, la plupart des participants étaient sous l'impression qu'elles étaient -- et devraient être -- aussi graves que celles prévues pour la conduite sous l'influence de l'alcool.** Certains étaient d'avis qu'aucune loi ne prohibe précisément la conduite sous l'influence de la marijuana, puisque cette dernière est, de toute façon, illégale, et que sa simple consommation va à l'encontre de la loi, que son utilisateur conduise un véhicule ou non.
 - **Un certain scepticisme a cependant été observé au sujet des méthodes actuelles de détection de la conduite sous l'influence de la marijuana.** Certains participants ont suggéré que ces méthodes ne s'avèrent actuellement pas aussi sophistiquées que celles permettant de détecter la présence d'alcool (à l'aide d'un éthylomètre, par exemple). D'autres personnes ont souligné le fait qu'elles avaient entendu parler de nouveaux outils technologiques en cours de développement permettant de détecter une diminution des capacités causée par la marijuana. Parmi les méthodes de détection actuelles spontanément mentionnées au sein des divers groupes, mentionnons : des yeux rougis et bouffis; une odeur de marijuana (provenant de la voiture ou directement de la personne concernée); une bouche pâteuse; et un comportement étrange. Il convient de noter qu'aux yeux des participants, ces limites en matière de détection de la consommation de marijuana sur la route laissent supposer des conséquences moindres (c.-à-d. une position plus souple) sur la question de la conduite sous l'influence de la marijuana.

Principaux énoncés sur la marijuana

Énoncés sur les risques pour la santé et la sécurité

- Parmi les divers groupes d'âge, les réactions en ce qui a trait aux risques pour la santé et la sécurité associés à la marijuana se sont avérées fort variées. Bien que certains aspects des énoncés présentés aient contribué à en diminuer la crédibilité, **un certain nombre d'énoncés ont suscité des réactions dans l'ensemble positives.** Les caractères gras indiquent les éléments jugés les plus convaincants pour chacun des énoncés.
 - La légalisation de la marijuana au Canada ne rend pas sa consommation sans danger ou sécuritaire. **La consommation de drogue, peu importe le type, peut engendrer des risques pour la santé et la sécurité.**
 - **La marijuana altère l'attention, la mémoire, le temps de réaction,** la prise de décisions, le jugement et le bon fonctionnement du cerveau.
 - **La consommation de marijuana altère l'attention et la mémoire et peut nuire à la qualité des travaux scolaires.** Certaines études laissent croire que la consommation de marijuana peut avoir un impact sur le QI, particulièrement si la consommation débute à l'adolescence, est régulière et se poursuit pendant plusieurs années.

- *Les effets, les risques et les dangers de la marijuana dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont l'âge lors de la première utilisation, la quantité consommée, la puissance, la fréquence et la durée de consommation.*
- **Les énoncés associant la consommation de marijuana à la psychose et à la schizophrénie ont soulevé de nombreuses questions -- non pas en raison de leur crédibilité ou de leur caractère vraisemblable, mais plutôt parce qu'ils soulignaient un aspect de la marijuana inconnu de la plupart des participants.** Ceux qui connaissaient cet aspect ou en avaient déjà entendu parler étaient beaucoup plus enclins à trouver crédibles ces énoncés.
- Les énoncés portant sur la dépendance ont également suscité leur lot de questions, surtout chez les répondants âgés de plus de 15 ans. **Ces questions portaient principalement sur l'interprétation du mot « dépendance », en particulier en ce qui a trait à la marijuana.** Les personnes pour qui ces énoncés n'étaient pas crédibles sont venues rappeler que la consommation régulière de marijuana tenait plus de l'accoutumance que de la dépendance. À leurs yeux, le corps d'un utilisateur n'a pas « envie » ou « besoin » de cette substance; le consommateur est tout simplement habitué à une consommation régulière. De plus, plusieurs répondants se sont montrés surpris par les données statistiques présentées, demandant souvent que la source de cette information soit citée.
- **Les énoncés associant l'utilisation de la marijuana à des problèmes d'attention, de mémoire et de concentration à l'école étaient jugés crédibles par la plupart des participants. La question de l'impact de cette substance sur le QI s'avérait toutefois problématique pour certains répondants.** Quelques-uns d'entre eux ont ainsi affirmé que certains des individus les plus intelligents et accomplis de leur entourage étaient des consommateurs réguliers de marijuana.
- Le fait de comparer la fumée de la marijuana à celle du tabac est apparu comme une exagération aux yeux de la plupart des participants. À nouveau, la marijuana a été décrite comme étant une substance naturelle, une plante ou une herbe, alors que la cigarette a été présentée comme renfermant de nombreux additifs chimiques absents de la marijuana.

Énoncés sur la conduite sous l'influence de la marijuana

- Les répondants qui étaient d'avis qu'une diminution des capacités d'une personne demeure, dans les faits, une diminution, ont eu tendance à trouver crédibles la plupart de ces énoncés. Ceux qui semblaient moins dérangés par l'utilisation de marijuana avant ou au moment de conduire un véhicule ont plutôt eu tendance à ne pas trouver crédibles la plupart d'entre eux.
- Ces énoncés étaient en général examinés de façon un peu plus approfondie par les participants. L'un d'eux a suscité un sentiment d'approbation généralisé :
 - ***Le fait de combiner la consommation d'alcool à la consommation de marijuana augmente les risques d'avoir un accident de voiture.***

- **L'énoncé portant sur la diminution du temps de réaction** (« *La marijuana altère la coordination et le temps de réaction et peut nuire à votre aptitude à conduire* ») **a également été jugé crédible par la plupart des participants.**
- Les autres énoncés ont suscité des réactions diverses. **Les personnes ne les trouvant pas crédibles ont avancé que les risques associés à la conduite sous l'influence de la marijuana dépendent en grande partie du conducteur, de sa tolérance à cette substance, de la puissance du produit et de la façon dont il est consommé.**

Vidéos

- La majorité des vidéos ont suscité des réactions positives, et ce, dans tous les groupes. **De l'avis des participants, le ton et le style adoptés pour chacune des approches étaient susceptibles de s'avérer utiles, pour diverses raisons.**
- **Aux yeux de la plupart des participants, il importait toutefois que l'approche, le ton et les messages choisis conviennent au produit, la marijuana, surtout dans le contexte de sa légalisation;** cela semblait particulièrement important pour les participants de plus de 15 ans. Certaines des vidéos ont été jugées excessives et alarmistes, sans commune mesure avec la perception qu'avaient les répondants de la marijuana, et incompatibles avec la position de gouvernement, favorable à une potentielle légalisation de la substance.
- **Les participants réfractaires à ces approches excessives réagissaient par ailleurs fort positivement au ton et au style chaleureux, neutres et informatifs de la publicité *Joyeuse ou humoristique I*, jugée comme étant un moyen efficace, ni trop lourd ni trop exagéré, de communiquer les choses à faire et à ne pas faire en cas de légalisation.** Certains, principalement les jeunes de 13 à 15 ans et leurs parents, se montraient cependant critiques de cette vidéo, jugeant son ton trop positif et peu susceptible de communiquer efficacement les risques associés à l'utilisation de la marijuana.
- **De la même façon, les publicités ayant recours à une approche positive (c.-à-d. la *Positive I*) étaient perçues comme étant différentes, nouvelles (éloignées des stéréotypes des messages antidrogue) et efficaces.** Les participants ont dit avoir apprécié l'aspect chaleureux de ce scénario, plusieurs mentionnant avoir particulièrement aimé le fait que celui-ci faisait confiance à l'intelligence du public et le jugeait en mesure de faire les bons choix, plutôt que de simplement le mettre en garde contre les dangers potentiels de mauvaises décisions.
- **Les vidéos à caractère informatif, qui avaient recours à des éléments de logique et de comparaison (par exemple, la publicité *Informative II* et, dans une moindre mesure, *Informative I*) ont été très bien reçues.** Les répondants ont trouvé qu'elles attiraient l'attention, étaient crédibles et communiquaient clairement leur message principal. Bien que certains participants se soient montrés réticents à l'utilisation d'images explicites, plusieurs ont dit apprécier le fait que la réalité scientifique soit expliquée, surtout à l'aide de métaphores visuelles faciles à comprendre et sans détails superflus. Ce recours à la science a été salué au sein des groupes, qui ont apprécié son caractère éducatif les ayant

- amenés à voir sous un nouvel angle, ou sous un autre angle, les risques associés à certaines situations courantes, mais, dans les faits, pas entièrement comprises.
- **Les réactions à l'approche interactive de la publicité *Interactive I* ont également été des plus positives. Elles se sont toutefois avérées plus mitigées dans le cas de la publicité *Interactive II*.** Les parents de jeunes se sont montrés d'avis que l'approche interactive de la publicité *Interactive II* capterait facilement l'attention de leurs adolescents (lorsque ceux-ci seraient en ligne); les jeunes eux-mêmes ont toutefois signifié que ce ne serait pas le cas. Cette vidéo leur a semblé irréaliste, et ils n'ont pas aimé sa fin ouverte. Ils ont dit préférer un message négatif plus direct, qui les aviserait des risques associés à la consommation de drogues. Le concept de la publicité *Interactive II*, basé sur l'interactivité entre un observateur et une publicité en ligne pourrait susciter l'enthousiasme, mais le contenu de cette publicité devrait être considérablement plus intéressant ou convaincant que celui présenté dans la version évaluée. La nature de l'interactivité de la publicité *Interactive I*, fort différente, a su plus instantanément capter l'attention des participants et susciter leur empathie. Alors que les participants avaient l'impression que les observateurs eux-mêmes devaient interagir avec le contenu de la publicité *Interactive II*, ils pouvaient, avec *Interactive I*, simplement observer la façon dont les autres interagissaient avec son contenu. Ils en retiraient un sentiment de résolution, de même qu'une impression de divertissement et de réalisme -- et même, pour certains, le désir d'être la personne faisant l'expérience de cette interaction imprévue.
 - **Les documentaires ou témoignages ont été appréciés des groupes, qui ont aimé le fait qu'il s'agissait d'histoires vraies portant sur de véritables personnes -- une façon efficace, à leur avis, de montrer que ce qui y est présenté est susceptible d'arriver à tout le monde.** Ces documentaires ou témoignages étaient cependant jugés trop longs, peu susceptibles de capter l'attention et faciles à ignorer. De l'avis de la plupart des participants, ces vidéos seraient plus efficaces et appropriées si elles étaient montrées à des adolescents, de préférence dans un cadre scolaire, ce qui les forcerait à les regarder.
 - **Les réactions aux publicités brèves et concises étaient généralement positives. Elles captaient immédiatement l'attention des participants et communiquaient efficacement, à leur avis, un message précis.** *Brève et concise II* posait toutefois certains problèmes, surtout chez les jeunes de 13 à 15 ans, qui n'arrivaient pas à comprendre pourquoi une personne conduirait immédiatement après avoir bu. Les participants qui saisissaient le message « Sachez quand dire non » avaient cependant une bonne opinion de la publicité et soulignaient le comportement normal du personnage central, qui refusait de prendre un autre verre.
 - **Bien qu'elles soient jugées potentiellement efficaces, les publicités humoristiques étaient généralement mieux reçues par les groupes plus âgés.** Notons à titre d'exemple *Joyeuse ou humoristique II*, particulièrement bien accueillie par les adultes de plus de 25 ans. Les parents, les jeunes et les jeunes adultes trouvaient, pour leur part, l'humour présent dans cette publicité légèrement choquant. Les jeunes de 13 à 15 ans, en particulier, n'avaient pas le sentiment qu'il

- était approprié de prendre la marijuana à la légère, disant préférer les approches plus sérieuses (sans qu'elles soient nécessairement dramatiques).
- **Les vidéos ayant recours à un porte-parole célèbre étaient également jugées potentiellement efficaces**, même si les réactions à *Célébrités ou porte-parole I* étaient partagées. Son humour n'a pas trouvé écho chez certains participants (dans tous les groupes), qui se sont montrés critiques du ton employé (jugé insolent et humiliant). Cela dit, les participants ont suggéré que la clé du succès de cette approche était de s'assurer de la pertinence de la relation entre la célébrité choisie et le public visé, et de l'existence d'un rapport personnel entre ce porte-parole et le message véhiculé. Ces éléments, à leurs yeux, viendraient ajouter authenticité et crédibilité au propos.
 - **Ces réponses viennent suggérer qu'une campagne à plusieurs volets sera nécessaire afin d'atteindre un public diversifié à l'aide de véhicules et de messages ciblés sur la marijuana.** Il est en effet apparu évident, au fil des séances tenues soir après soir auprès de tous les participants, que l'éventail des connaissances, des craintes, des attitudes et des perceptions observées rend **quasi impossible une approche unique auprès de tous les groupes cibles**. Diverses approches ciblées semblent plutôt la façon d'assurer la réussite la plus large possible des efforts d'éducation de la population en ce qui concerne les risques potentiels associés à la consommation de marijuana.

Communications

- Tous les parents rencontrés ont indiqué avoir parlé ouvertement des drogues et de l'alcool avec leurs adolescents. Ils ont toutefois aussi reconnu le rôle joué par le système scolaire, qui fournit aux jeunes des informations crédibles et opportunes dans ce domaine. Les parents ont indiqué que les discussions qu'ils ont eues avec leurs adolescents sur ces sujets ont généralement eu lieu juste avant que ces derniers ne commencent leur secondaire. **Parmi les sujets abordés par les parents dans le cadre de leurs discussions avec leurs adolescents, notons les suivants : la nécessité d'agir de façon responsable, de faire des choix éclairés et de ne pas se laisser influencer par les autres, ainsi que le fait d'attendre d'être un peu plus vieux (au minimum, majeur) avant d'essayer la marijuana.** La majorité des parents n'étaient pas d'avis que la légalisation de la marijuana viendrait changer quoi que ce soit à leur façon d'aborder la question avec leurs adolescents. Les jeunes, de leur côté, avaient pour leurs parents certains conseils, parmi lesquels : **la nécessité d'adopter avec eux une approche non accusatoire, de respecter leur intelligence et leur jugement et de leur fournir, sans les juger, des données empiriques**, afin de leur permettre de prendre des décisions éclairées plutôt que de se fier uniquement au bouche-à-oreille ou à des informations erronées.
- Questionnés sur leurs besoins en matière d'information, très peu de participants, dans tous les groupes, ont affirmé avoir recherché de l'information sur les effets de la marijuana ou sur la conduite sous l'influence de la marijuana, et ce, même si certains des participants plus jeunes ont dit l'avoir fait dans le cadre de projets scolaires. **Cela dit, la plupart des participants se sont montrés intéressés par**

- la question de sa légalisation, surtout en ce qui a trait à la mise en place de normes et de règlements (p. ex., limite légale de marijuana dans le sang, etc.).**
- **La plupart des participants se référerait à des sites du gouvernement (plusieurs ont mentionné explicitement celui de Santé Canada) pour de l'information crédible sur la marijuana.** Parmi les autres sources de confiance mentionnées spontanément, notons les organisations de santé (p. ex., la clinique Mayo); le personnel des établissements associés aux soins de santé (p. ex., le personnel des hôpitaux, les naturopathes, les pharmaciens, etc.); les associations pour la santé mentale; les organisations spécialisées dans le traitement des toxicomanies; les dispensaires; les magasins d'alcools; et les forums communautaires sur la santé.
 - **Les médias sociaux (p. ex., YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.) se sont avérés les véhicules de communication les plus souvent cités, et ce, dans tous les groupes et pour toutes les villes.** Parmi les autres véhicules de communication spontanément mentionnés, on remarquait : les panneaux d'affichage; les services de transport en commun (p. ex., les autobus et les abribus, les trains, les métros, etc.); la télévision (bien que plusieurs répondants aient affirmé ne plus regarder la télévision en temps réel); et la radio (en se rendant au travail ou en revenant du travail).

Société responsable de la recherche :

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : HT372-15294-001-CY
Date d'attribution du contrat : 31 mars 2016

Par la présente, je certifie, en ma qualité de représentante pour la société Earnscliffe Research Group, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, telles que définies dans la politique de communication du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature :
Date : 11 juillet 2016

Stephanie Constable
Partenaire, Earnscliffe

Introduction

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter ce rapport, qui vient résumer les résultats de sa recherche qualitative exploratoire sur la marijuana, à Santé Canada.

Santé Canada prévoit lancer une campagne de sensibilisation et d'éducation fondée sur des données probantes auprès de la population, dans le but de permettre aux Canadiens de faire des choix responsables et éclairés dans un contexte de légalisation « potentielle » de la marijuana, en les informant, entre autres, des risques pour la santé et la sécurité personnelle et publique associés à la consommation de marijuana et à la conduite avec facultés affaiblies. Afin d'orienter l'élaboration de cette campagne d'éducation destinée au grand public, il est apparu nécessaire de mener une recherche par groupes de discussion, afin de connaître le point de vue, les connaissances, les attitudes et les comportements de la population générale, mais surtout ceux des jeunes, de leurs parents et des jeunes adultes, au sujet de la marijuana et des conséquences des changements proposés en ce qui a trait à sa légalisation et à sa réglementation. Les résultats de cette recherche serviront à préciser la portée, les messages et le ton d'une campagne publique de sensibilisation destinée à fournir des informations susceptibles de répondre aux besoins de groupes divers. Ils serviront également à élaborer des lois et des politiques en matière d'utilisation de la marijuana et à concevoir du contenu Web, des trousseaux d'outils ainsi que programmes éducatifs publics.

Parmi les objectifs précis de la recherche, notons les suivants :

- Évaluer les connaissances, perceptions, attitudes et comportements au sein de la population générale âgée de 13 ans et plus en ce qui a trait aux risques pour la santé et la sécurité associés à l'utilisation de la marijuana, ainsi qu'aux dangers et sanctions liés à la conduite sous l'influence de la marijuana.
- Recueillir de l'information sur la meilleure façon de renseigner la population générale âgée de 13 ans et plus (sources d'information, meilleures méthodes de lui fournir de l'information) au sujet des risques pour la santé et la sécurité associés à l'utilisation de la marijuana, ainsi que des dangers et sanctions liés à la conduite sous l'influence de la marijuana.
- Préciser les autres informations nécessaires à l'éducation de la population générale de 13 ans et plus au sujet :
 - des effets nocifs et des conséquences néfastes de la consommation de marijuana, particulièrement chez les jeunes de 13 à 18 ans et les jeunes adultes de 19 à 24 ans;
 - des risques et des dangers de la marijuana, afin d'aider les adultes à faire des choix éclairés;
 - des risques de la conduite avec facultés affaiblies, dont ceux liés à l'exécution de la loi.
- Favoriser une meilleure compréhension des perceptions et connaissances du public en ce qui concerne le statut juridique actuel de la marijuana.
- Évaluer les principaux messages de la campagne afin de déterminer s'ils sont clairs, crédibles, pertinents et utiles aux yeux du public.

Afin d'atteindre ces objectifs, Earnscliffe a mené une phase d'étude complète s'inscrivant dans cette recherche qualitative. Cette étude comprenait une série de vingt-quatre séances de groupes de discussion, tenues dans quatre villes canadiennes : Toronto, en Ontario (du 20 au 22 juin), Vancouver, en Colombie-Britannique (du 21 au 23 juin), Halifax, en Nouvelle-Écosse (du 27 au 29 juin) et Montréal, au Québec (du 27 au 29 juin). Les séances menées à Montréal se sont déroulées en français. Dans chaque ville, une séance a été effectuée avec chacun des groupes suivants : de jeunes adultes de 19 à 24 ans, des adultes de 25 ans et plus, des parents de jeunes de 13 à 15 ans, des parents de jeunes de 16 à 18 ans, des jeunes de 13 à 15 ans et des jeunes de 16 à 18 ans.

Les séances de deux heures ont eu lieu de 17 h 30 à 19 h 30, sauf à Toronto, où elles ont été menées de 18 h à 20 h. Les participants ont reçu une compensation financière pour leur participation. Le consentement écrit des parents des jeunes prenant part aux séances a été obtenu.

La recherche visait à explorer les aspects suivants : les connaissances, perceptions, attitudes et comportements relatifs à la consommation de marijuana (et, plus particulièrement, à ses effets sur la santé des jeunes et des jeunes adultes); la légalisation (et l'utilisation responsable) de cette substance et la conduite avec facultés affaiblies; les réactions à certains énoncés portant sur la marijuana, afin de déterminer leur clarté, leur crédibilité et leur pertinence; et, enfin, la meilleure façon d'informer les Canadiens des effets et des conséquences associés à l'utilisation de la marijuana, en cherchant à connaître les sources d'information des participants, de même que les méthodes et les outils médiatiques qu'ils emploient pour transmettre certains renseignements.

On trouvera en annexe de ce rapport les questionnaires de recrutement, les guides de discussion, les messages et les listes des vidéos évaluées, en anglais et en français.

Pour les besoins de ce rapport, il convient de mentionner qu'une recherche qualitative s'avère une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. Il est à noter qu'en raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.

Constatations détaillées

Ce rapport qualitatif est divisé en trois parties. La première présente les résultats de la discussion exploratoire portant sur les connaissances, perceptions, attitudes et comportements relatifs à la consommation de marijuana (et, plus particulièrement, à ses effets sur la santé des jeunes et des jeunes adultes); la légalisation (et l'utilisation responsable) de cette substance et la conduite avec facultés affaiblies. La deuxième partie explore les réactions à certains énoncés portant sur la marijuana, afin de déterminer leur

clarté, leur crédibilité et leur pertinence. Enfin, la troisième partie se penche sur la meilleure façon d'informer les Canadiens des effets et des conséquences associés à l'utilisation de la marijuana, en cherchant à connaître les sources d'information des participants, de même que les méthodes et les outils médiatiques qu'ils emploient pour transmettre certains renseignements.

Volet exploratoire

Les séances des groupes de discussion se sont amorcées par une conversation exploratoire sur la marijuana, y compris sur sa légalisation « potentielle », les risques associés à son utilisation et les dangers de la conduite sous l'influence de cette substance. Cette discussion initiale est venue mettre en place les sujets abordés par la suite.

La très grande majorité, sinon la totalité, des participants (de tous les groupes et dans toutes les villes) étaient au courant de la légalisation « potentielle » de la marijuana au Canada.

Même si elle ne visait pas précisément à connaître la position des participants sur la « potentielle » légalisation de la marijuana, la discussion a permis de constater que la plupart d'entre eux étaient généralement à l'aise avec cette idée. La marijuana a ainsi maintes fois été décrite comme un « produit naturel », une « plante » ou une « herbe ». Les participants avaient tendance à la distinguer des autres drogues ou médicaments d'ordonnance, par exemple la cocaïne, l'héroïne, la méthamphétamine en cristaux, etc. Aux yeux des participants, l'usage de la marijuana à des fins médicales (largement connu) constituait une autre preuve de la différence entre cette substance et les autres drogues (illicites). Ce point a d'ailleurs été soulevé par la plupart des groupes de participants.

Étant donné le point de vue d'ensemble, généralement favorable à la marijuana, c'est sans surprise que la plupart des participants, particulièrement ceux âgés de plus de 15 ans, ont exprimé le sentiment que les avantages de sa légalisation surpassent les désavantages :

Le table montre les avantages et les désavantages d'une légalisation "potentielle" de la marijuana selon les participants.

Avantages	Désavantages
<ul style="list-style-type: none"> • √ Avantages économiques pour le gouvernement (et les Canadiens) • √ Qualité de la marijuana, qui s'en trouverait uniformisée et réglementée, et donc, plus sûre (c.-à-d. non mélangé à des substances inconnues, à des produits chimiques ou à d'autres drogues) • √ Élimination du marché noir ou des éléments criminels 	<ul style="list-style-type: none"> • x Risques pour la santé associés au fait de fumer • x Sentiment de malaise relié à l'exposition à la fumée secondaire • x Sentiment de malaise relié au fait de devoir supporter l'odeur de la marijuana (surtout chez les personnes partageant un logement)

<ul style="list-style-type: none"> • √ Diminution de la pression exercée sur le système de soins de santé canadien, une baisse des prescriptions faites par les médecins étant susceptible de découler d'un accès plus facile à la marijuana • √ Diminution de la pression exercée sur le système judiciaire, moins de temps et d'argent étant consacrés à surveiller et à pénaliser les utilisateurs de marijuana 	<ul style="list-style-type: none"> • x Conduite sous l'influence de la marijuana • x Augmentation potentielle de l'accès à la marijuana et de son utilisation (point de vue non majoritaire)
--	--

Des différences notables ont pu être observées en ce qui a trait aux points de vue sur la marijuana énoncés au sein des divers groupes dans les différentes villes :

- Les participants de Vancouver et d'Halifax semblaient avoir une opinion légèrement plus favorable de la marijuana. Ceux de Vancouver ont rappelé que cette substance est utilisée, somme toute, ouvertement et à grande échelle dans leur ville; à leurs yeux, elle y est déjà « légale ». Les participants d'Halifax, pour leur part, ont affirmé que la consommation de cette substance est assez largement répandue au sein de leur communauté; son utilisation n'a pas semblé soulever d'opposition majeure.
- Le groupe des jeunes de 13 à 15 ans se montrait légèrement moins favorable à la légalisation de la marijuana. Il était tout d'abord, parmi tous les groupes, le moins exposé à cette substance. Certains des adolescents de cette tranche d'âge ne connaissaient vraiment pas très bien la marijuana. Ensuite, plus que tout autre groupe, ces jeunes avaient de la difficulté à énumérer divers avantages de la légalisation de la marijuana, ayant souvent l'impression que ses désavantages étaient plus nombreux. Ces positions les amenaient à trouver particulièrement difficile le fait de réconcilier ce qu'ils savent à propos de l'utilisation médicale de cette substance et la volonté du gouvernement à légaliser cette dernière avec ce qu'ils croient savoir à son sujet.

La potentielle augmentation de l'accès à la marijuana et de l'usage de cette substance à la suite de sa légalisation, l'un des désavantages de la légalisation soulevés lors des discussions, a été un sujet chaudement débattu dans la majorité des groupes. La plupart des participants, à l'exception des jeunes de 13 à 15 ans et de leurs parents, ont affirmé ne pas croire que cet accès et cet usage augmenteraient, soutenant que la marijuana était déjà facilement accessible, et que toute personne désireuse d'en faire l'essai pouvait très aisément s'en procurer, adolescents compris. En fait, certains participants se sont même montrés d'avis que l'accès à la marijuana et l'usage de cette substance chez les jeunes pourraient diminuer avec sa légalisation, le facteur « rébellion » qui lui est associé se

trouvant automatiquement éliminé, et plusieurs vendeurs devant se retirer de ce marché, la plupart des acheteurs choisissant de se procurer cette substance en toute légalité.

Les participants qui ne partageaient pas ce point de vue et se montraient préoccupés par l'augmentation de l'accès à la marijuana et de son utilisation en cas de légalisation étaient surtout des jeunes de 13 à 15 ans et certains de leurs parents. Cette tranche de participants est ainsi venue rappeler la facilité avec laquelle les jeunes peuvent se procurer de l'alcool de nos jours (p. ex., en demandant à un membre de la famille ou à une connaissance plus âgés de le faire pour eux). À leur avis, la légalisation de la marijuana pourrait les amener à minimiser les risques associés à sa consommation, en associant légalité et absence de danger.

Risque pour la santé

La plupart des risques pour la santé associés à la consommation de marijuana étaient, aux yeux de la majorité des participants de tous les groupes, à plus long terme. Parmi ceux-ci, on retrouvait : les problèmes pulmonaires ou respiratoires; le cancer (relié au fait de fumer la marijuana, surtout lorsque mélangée avec du tabac); et l'effet de la marijuana sur le développement du cerveau des adolescents. Certains participants, généralement des adultes, ont également spontanément soulevé le lien entre la marijuana et la schizophrénie. Cet aspect, cependant, n'était pas aussi largement connu ou volontiers accepté au sein des groupes. En plus de ces risques, les jeunes de 13 à 15 ans ont également mentionné le risque de dépendance, alors que leurs parents se sont montrés préoccupés par la possibilité que la consommation de marijuana ouvre la voie à celle de drogues dures.

Les risques à plus court terme pour la santé associés à la marijuana touchaient généralement aux aspects suivants : la paresse (la manque de motivation ou de détermination); et les changements dans la personnalité ou le comportement.

La très grande majorité des participants, parmi tous les groupes, étaient d'avis que les risques pour la santé associés à la marijuana varient selon l'âge; à leurs yeux, ces risques s'avèrent plus importants chez les adolescents en raison de l'effet de cette substance sur le développement du cerveau. Bien que tous les participants aient affirmé que la consommation de marijuana serait inappropriée chez les enfants, les raisons invoquées pour justifier ce point de vue variaient grandement. Même si certains répondants, dans tous les groupes, ont fait ressortir des risques pour la santé mentale, d'autres personnes ne se sont pas montrées nécessairement convaincues de l'existence de ces risques, mais ont affirmé que l'immaturation d'un enfant ferait en sorte qu'il manquerait sans doute de jugement lorsque ses capacités seraient affaiblies ou qu'il serait appelé à décider du moment approprié pour consommer de la marijuana.

Conduite avec facultés affaiblies

Concernant la conduite avec facultés affaiblies, la vaste majorité des participants ont affirmé connaître quelqu'un ayant conduit un véhicule sous l'influence de la marijuana ou

ayant été passager d'un véhicule dont le conducteur était sous l'influence de la marijuana. De façon générale, la plupart d'entre eux se sont montrés d'accord pour dire que la conduite sous l'influence de la marijuana, bien que déconseillée, est moins dangereuse que la conduite sous l'influence de l'alcool. Les conducteurs aux facultés affaiblies par la marijuana ont été décrits comme étant plus détendus, calmes et prudents. En fait, quelques participants ont même affirmé avoir l'impression que certaines de leurs connaissances conduisaient mieux sous l'influence de la marijuana que sobres.

Parmi les points de vue les plus fréquemment exprimés, on notait celui voulant que les consommateurs expérimentés, ou les « gros fumeurs », soient moins à risque de voir leurs capacités affaiblies. Certaines observations et expériences personnelles ont amené de nombreux participants à invoquer des cas isolés d'individus se comportant de façon tout à fait normale sous l'influence de la marijuana, ayant à leur avis développé une tolérance faisant en sorte que les conditions de conduite généralement acceptées ne s'appliquent plus à leur cas. De plus, dans de nombreux groupes, des participants ont affirmé n'avoir jamais entendu parler d'accidents causés par la conduite sous l'influence de la marijuana. L'utilisation de cette dernière étant très répandue, ils voyaient là la preuve que cette substance n'est pas à l'origine d'accidents - auquel cas, disaient-ils, ils en auraient entendu parler.

Toutefois, plusieurs participants, dans toutes les villes et parmi tous les groupes, étaient d'avis qu'une diminution des capacités d'une personne demeure, dans les faits, une diminution, peu importe le contexte. Certains participants ont ainsi exprimé l'idée que le fait que la marijuana altère l'état de conscience d'une personne est un signe d'une diminution des capacités de cette dernière - sinon, pourquoi utiliserait-on alors la marijuana? D'autres personnes se montraient d'accord pour affirmer que la conduite avec facultés affaiblies, que ce soit par l'alcool ou la marijuana, s'avère répréhensible. Elles exprimaient toutefois, à haute voix, des doutes à savoir si, vraiment, toutes les personnes consommant de la marijuana en voient leurs capacités affaiblies.

Appelés à s'exprimer sur les conséquences légales de la conduite sous l'influence de la marijuana, la plupart des participants étaient sous l'impression qu'elles étaient - et devraient être - aussi graves que celles prévues pour la conduite sous l'influence de l'alcool. Certains étaient d'avis qu'aucune loi ne prohibe précisément la conduite sous l'influence de la marijuana, puisque cette dernière est, de toute façon, illégale, et que sa simple consommation va à l'encontre de la loi.

Un certain scepticisme a cependant été observé au sujet des méthodes actuelles de détection de la conduite sous l'influence de la marijuana. Certains participants ont suggéré que ces méthodes ne s'avèrent actuellement pas aussi sophistiquées que celles permettant de détecter la présence d'alcool (à l'aide d'un éthylomètre, par exemple). D'autres personnes ont souligné le fait qu'elles avaient entendu parler de nouveaux outils technologiques en cours de développement permettant de détecter une diminution des capacités causée par la marijuana. Parmi les méthodes de détection actuelles spontanément mentionnées au sein des divers groupes, mentionnons : des yeux rougis et bouffis; une odeur de marijuana (provenant de la voiture ou directement de la personne

concernée); une bouche pâteuse; et un comportement étrange. Il convient de noter qu'aux yeux des participants, ces limites en matière de détection de la consommation de marijuana sur la route laissent supposer des conséquences moindres (c.-à-d. une position plus souple) sur la question de la conduite sous l'influence de la marijuana.

Principaux énoncés et approches en matière de marijuana

Les discussions avec les participants visaient à explorer leurs réactions aux principaux énoncés de la campagne, principalement en ce qui a trait aux messages et aux approches utilisés, afin de déterminer s'ils étaient clairs, crédibles et pertinents

Les participants devaient évaluer deux séries d'énoncés, la première portant sur des aspects de santé et de sécurité et la deuxième, sur la conduite sous l'influence de la marijuana. Elles devaient indiquer ceux qu'elles jugeaient crédibles (✓); ceux qu'elles jugeaient non crédibles (X); et ceux qui, à leurs yeux, n'étaient pas clairs ou soulevaient des questions (?).

Faits concernant la marijuana -- Risques pour la santé et la sécurité

Les points qui suivent présentent un résumé des constatations générales. Une analyse plus détaillée de chacun des énoncés est offerte par la suite.

- Parmi les divers groupes d'âge, les réactions en ce qui a trait aux divers énoncés se sont avérées fort variées. Bien que certains aspects des énoncés présentés aient contribué à en diminuer la crédibilité, un certain nombre d'entre eux ont suscité des réactions dans l'ensemble positives. Les caractères gras indiquent les éléments jugés les plus convaincants pour chacun des énoncés :
 - *La légalisation de la marijuana au Canada ne rend pas sa consommation sans danger ou sécuritaire. **La consommation de drogue, peu importe le type, peut engendrer des risques pour la santé et la sécurité.***
 - ***La marijuana altère l'attention, la mémoire, le temps de réaction, la prise de décisions, le jugement et le bon fonctionnement du cerveau.***
 - ***La consommation de marijuana altère l'attention et la mémoire et peut nuire à la qualité des travaux scolaires.** Certaines études laissent croire que la consommation de marijuana peut avoir un impact sur le *QI*, particulièrement si la consommation débute à l'adolescence, est régulière et se poursuit pendant plusieurs années.*
 - *Les effets, les risques et les dangers de la marijuana **dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont l'âge lors de la première utilisation, la quantité consommée, la puissance, la fréquence et la durée de consommation.***

Les énoncés associant la consommation de marijuana à la psychose et à la schizophrénie ont soulevé de nombreuses questions -- non pas en raison de leur crédibilité ou de leur caractère vraisemblable, mais plutôt parce qu'ils soulignaient un aspect de la marijuana inconnu de la plupart des participants. Ceux qui connaissaient cet aspect ou en avaient

déjà entendu parler étaient beaucoup plus enclins à trouver crédibles ces énoncés, et avaient tendance à affirmer qu'il s'agissait d'un risque qui ne valait pas la peine d'être couru. D'autres participants, plus sceptiques quant à la crédibilité de ces énoncés ou au lien établi avec ces maladies, admettaient tout de même qu'il s'agirait là d'un aspect important à considérer « si c'était vrai ».

Les énoncés portant sur la dépendance ont également suscité leur lot de questions, surtout chez les répondants âgés de plus de 15 ans. Ces questions portaient principalement sur l'interprétation du mot « dépendance », en particulier en ce qui a trait à la marijuana. Les personnes pour qui ces énoncés n'étaient pas crédibles sont venues rappeler que la consommation régulière de marijuana tenait plus de l'accoutumance que de la dépendance. À leurs yeux, le corps d'un utilisateur n'a pas « envie » ou « besoin » de cette substance; le consommateur est tout simplement habitué à une consommation régulière. De plus, plusieurs répondants se sont montrés surpris par les données statistiques présentées, demandant souvent que la source de cette information soit citée. Pour quelques-uns des participants, il importait peu de déterminer si la marijuana entraîne une dépendance ou n'est qu'une simple habitude renforcée; à leurs yeux, cette substance ne suscite pas une volonté et un besoin irrésistibles de « faire quelque chose de fou » pour s'en procurer, contrairement à d'autres drogues.

Les énoncés associant l'utilisation de la marijuana à des problèmes d'attention, de mémoire et de concentration à l'école étaient jugés crédibles par la plupart des participants. La question de l'impact de cette substance sur le QI s'avérait toutefois problématique pour certains répondants. Quelques-uns d'entre eux ont ainsi affirmé que certains des individus les plus intelligents et accomplis de leur entourage étaient des consommateurs réguliers de marijuana. Plusieurs ont ajouté que la perte de mémoire à court terme, même si réelle, n'était à leur avis que temporaire.

Le fait de comparer la fumée de la marijuana à celle du tabac est apparu comme une exagération aux yeux de la plupart des participants. À nouveau, la marijuana a été décrite comme étant une substance naturelle, une plante ou une herbe, alors que la cigarette a été présentée comme renfermant de nombreux additifs chimiques absents de la marijuana.

Analyse détaillée

Les tableaux qui suivent illustrent la crédibilité attribuée à l'ensemble des énoncés, et présentent une analyse pour chacun. Les mots en **caractère gras et en italique avec un « 1 »** représentent les termes jugés convaincants ou persuasifs, ajoutant à la crédibilité de l'énoncé; les mots en **caractère gras et en italique avec un « 2 »** représentent les termes ayant **soulevé des questions et devant être revus**; enfin, les mots en **caractère gras et en italique avec un « 3 »** représentent les termes jugés **problématiques, nuisant à la crédibilité de l'énoncé**.

Légende

- 1 - termes convaincants ou persuasifs, ajoutant à la crédibilité de l'énoncé
- 2 - termes ayant soulevé des questions sur la crédibilité de l'énoncé et devant être revus
- 3 - termes problématiques, nuisant à la crédibilité de l'énoncé
- √ - énoncé crédible/vraisemblable
- ? - énoncé portant à confusion/pas clair
- X - énoncé non crédible/invraisemblable

Les énoncés sont présentés par ordre de crédibilité, de plus au moins crédible.

La légalisation de la marijuana au Canada² ne rend pas sa consommation sans danger ou sécuritaire. La consommation de drogue, peu importe le type, peut engendrer des risques pour la santé et la sécurité¹.

- √ - 173 sur 193
- ? - 14 sur 193
- X - 6 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.
- La partie la plus crédible de cet énoncé était la suivante : « La consommation de drogue, peu importe le type, peut engendrer des risques pour la santé et la sécurité. » La plupart des participants ont jugé ce passage très crédible et, dans les faits, plein de bon sens. À leurs yeux, il pourrait facilement s'appliquer à toutes les drogues, y compris les analgésiques en vente libre.
- Bien que peu nombreuses, les questions sur cet énoncé portaient principalement sur la certitude avec laquelle il semblait évoquer la légalisation de la marijuana au Canada.

La marijuana altère l'attention, la mémoire, ***le temps de réaction¹***, la prise de décisions, le jugement et ***le bon fonctionnement du cerveau²***.

- √ - 161 sur 193
- ? - 15 sur 193
- X - 17 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.
- Certains répondants (surtout les jeunes adultes et les adultes) ont remis en doute le passage sur le bon fonctionnement du cerveau, soutenant qu'eux-mêmes avaient déjà consommé de la marijuana, sans rencontrer de problèmes reliés au bon fonctionnement de leur cerveau.
- Les parents de jeunes et les jeunes étaient plus susceptibles d'associer spontanément consommation de marijuana et risques pour le développement du cerveau. Lorsque questionnés à ce sujet, la plupart des répondants étaient d'avis que le développement du cerveau se poursuit jusqu'à l'âge de 25 ans.

Les effets, les risques et les dangers de la marijuana dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont l'âge lors de la première utilisation, la quantité consommée, la puissance, la fréquence et la durée de consommation¹.

√ - 157 sur 193

? - 22 sur 193

X - 14 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.
- Les résultats corroborent les distinctions spontanément apportées par les participants au sujet des risques pour la santé et la sécurité associés à la marijuana (y compris la conduite sous l'influence de cette substance), à savoir que ceux-ci dépendent des individus concernés ainsi que d'un ensemble de facteurs.

La consommation de marijuana ***altère l'attention et la mémoire et peut nuire à la qualité des travaux scolaires¹***. Certaines études laissent croire que ***la consommation de marijuana peut avoir un impact sur le QI³***, particulièrement si la consommation débute à l'adolescence, est régulière et se poursuit pendant plusieurs années.

√ - 142 sur 193

? - 31 sur 193

X - 20 sur 193

- Cet énoncé a particulièrement convaincu les parents et les jeunes.
- Les personnes ayant remis en doute cet énoncé (dans tous les groupes) ont contesté le passage sur les effets nocifs de la marijuana sur le QI. Plusieurs ont avancé que certaines des personnes les plus intelligentes de leur entourage (y compris des étudiants exemplaires et des professionnels accomplis) étaient ou sont des consommateurs réguliers de marijuana.

La consommation de marijuana, en particulier la consommation quotidienne, augmente les risques de développer une ***dépendance²***.

√ - 130 sur 193

? - 27 sur 193

X - 36 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.

- Cet énoncé a particulièrement convaincu les jeunes et leurs parents, qui ont spontanément soulevé le risque de dépendance associé à la consommation de marijuana.
- D'autres répondants (les jeunes adultes et les adultes) ont remis en question la capacité de la marijuana à créer une dépendance. Ils ont soulevé le fait que, contrairement à d'autres drogues créant une dépendance, la marijuana provoque une accoutumance plutôt qu'une réelle dépendance (c.-à-d. une réaction chimique et un besoin irrépressible).

La consommation de marijuana peut accélérer l'apparition d'une psychose ou de la schizophrénie chez *les personnes vulnérables*¹.

√ - 94 sur 193

? - 74 sur 193

X - 25 sur 193

- Cet énoncé a été jugé légèrement plus crédible qu'un autre énoncé de cette série, qui associait la consommation de marijuana à la psychose et à la schizophrénie. Il est toutefois apparu comme étant une exagération aux yeux de certains participants.
- Lorsqu'il s'agit de relier la marijuana à la psychose et à la schizophrénie, les mots « personnes vulnérables » ont été jugés plus utiles que ceux invoquant les antécédents familiaux de ces maladies.

*On ne peut dire avec certitude*² que *tous les dangers*³ liés à la consommation régulière de marijuana s'estompent avec le temps. Certains dangers peuvent ne pas s'estomper, surtout si la consommation se fait dès l'adolescence, est régulière et persiste au fil du temps.

√ - 92 sur 193

? - 79 sur 193

X - 22 sur 193

- L'ambiguïté de cet énoncé (« On ne peut dire avec certitude » et « Certains dangers peuvent ne pas s'estomper ») s'est avérée efficace avec certains répondants, mais beaucoup moins avec d'autres.
- « Tous les dangers » est apparu comme étant une exagération aux yeux de certains.

La consommation régulière de la marijuana, particulièrement chez les adolescents et les jeunes adultes, peut augmenter les risques de vivre un épisode psychotique ou de **devenir schizophrène**³. Ce risque est encore plus grand lorsqu'un membre de la famille présente des antécédents de ces maladies.

√ - 91 sur 193

? - 65 sur 193

X - 37 sur 193

- Les répondants ayant remis en question la clarté ou la crédibilité de cet énoncé ont fait valoir que le fait de relier la marijuana à la schizophrénie s'avère une exagération de ce qu'ils perçoivent comme étant les risques pour la santé associés à cette substance. Sans remettre en question l'augmentation de ces risques, ils ont rappelé que plusieurs facteurs peuvent contribuer à accroître les risques de schizophrénie chez les personnes ayant des antécédents familiaux de cette maladie; la marijuana n'est pas la seule en cause.
- D'autres répondants, ayant une connaissance personnelle de cette question (p. ex., des amis ou des membres de la famille touchés par cette maladie), ont jugé l'énoncé plus crédible.

Une personne qui consomme de la marijuana sur dix en deviendra dépendante. Les personnes qui consomment dès l'adolescence ont une chance sur six d'en devenir **dépendantes**².

√ - 81 sur 193

? - 64 sur 193

X - 48 sur 193

- L'utilisation de données statistiques peut fonctionner, mais est toujours jugée plus crédible lorsque la source est citée.
- Ces statistiques précises sont apparues crédibles aux yeux de certains, mais ont semblé trop faibles à d'autres.

La fumée de marijuana contient plusieurs **substances cancérigènes qu'on retrouve également dans la fumée de tabac**³.

√ - 59 sur 193

? - 76 sur 193

X - 58 sur 193

- Cet énoncé était l'un des plus controversés, surtout en raison de la comparaison établie avec la fumée de tabac (cigarettes).

- Les participants ayant trouvé cet énoncé crédible ont dit croire que le simple fait de fumer, indépendamment de la substance, pouvait entraîner des problèmes respiratoires ou pulmonaires. Ils étaient tout de même d'avis que le fait de fumer de la marijuana n'entraînait pas les mêmes risques de cancer que le fait de fumer du tabac.

Faits concernant la marijuana -- Conduite avec facultés affaiblies

Les points qui suivent présentent un résumé des constatations générales. Une analyse plus détaillée de chacun des énoncés est offerte par la suite.

- Les répondants qui étaient d'avis qu'une diminution des capacités d'une personne demeure, dans les faits, une diminution, ont eu tendance à trouver crédibles la plupart de ces énoncés. Ceux qui se montraient plus à l'aise avec le fait de consommer de la marijuana avant de conduire ont manifesté leur désaccord avec la plupart de ces énoncés.
- Ces énoncés étaient en général examinés de façon un peu plus approfondie par les participants. L'un d'eux a suscité un sentiment d'approbation généralisé :
 - ***Le fait de combiner la consommation d'alcool à la consommation de marijuana augmente les risques d'avoir un accident de voiture.***
- L'énoncé portant sur diminution du temps de réaction (« *La marijuana altère la coordination et le temps de réaction et peut nuire à votre aptitude à conduire* ») a également été jugé crédible par la plupart des participants.
- Les autres énoncés ont suscité des réactions diverses. Les personnes ne les trouvant pas crédibles ont avancé que les risques associés à la conduite sous l'influence de la marijuana dépendent en grande partie du conducteur, de sa tolérance à cette substance, de la puissance du produit et de la façon dont il est consommé.

Analyse détaillée

Légende

- 1 - termes convaincants ou persuasifs, ajoutant à la crédibilité de l'énoncé
- 2 - termes ayant soulevé des questions sur la crédibilité de l'énoncé et devant être revus
- 3 - termes problématiques, nuisant à la crédibilité de l'énoncé
- √ - énoncé crédible/vraisemblable
- ? - énoncé portant à confusion/pas clair
- X - énoncé non crédible/invraisemblable

Le fait de combiner la consommation ***d'alcool***¹ à la consommation de marijuana augmente les risques d'avoir un accident de voiture.

√ - 175 sur 193
? - 15 sur 193
X - 3 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.
- La très grande majorité des participants avaient le sentiment que la combinaison de l'alcool et de la marijuana était très dangereuse; à leurs yeux, ce danger provenait toutefois de la présence de l'alcool.
- Ceux ayant remis en doute cet énoncé ont expliqué que la conduite sous l'influence de l'alcool ou de la marijuana était, dans les deux cas, dangereuse et risquée, et que ces deux substances n'avaient pas à être combinées pour en amplifier les effets.

La marijuana altère la *coordination*¹ et le *temps de réaction*¹ et peut nuire à votre aptitude à conduire.

√ - 152 sur 193
? - 29 sur 193
X - 12 sur 193

- L'un des énoncés les plus largement acceptés.
- L'énoncé était jugé clair, direct et très crédible.
- Les participants, même ceux favorables à la consommation de marijuana, n'ont pas été en mesure de contester les affirmations relatives à une diminution de la coordination et du temps de réaction.

La consommation de marijuana nuit à votre aptitude à conduire une voiture ou un véhicule.

√ - 132 sur 193
? - 32 sur 193
X - 29 sur 193

- La plupart des participants ont jugé cet énoncé crédible; ceux qui ne partageaient pas cet avis, cependant, ont soulevé le fait que certaines de leurs connaissances conduisaient mieux (parce qu'elles sont plus calmes), ou à tout le moins tout aussi bien, sous l'influence de la marijuana que sobres.

Plus le taux de *THC*² est élevé dans votre sang, plus votre aptitude à conduire diminue.

√ - 131 sur 193
? - 47 sur 193
X - 15 sur 193

- Certains participants, surtout les plus jeunes, n'ont pas compris ce que signifiait le terme « THC », ou ce à quoi il faisait référence.
- Ceux l'ayant compris avaient le sentiment que l'énoncé était crédible.

La consommation de marijuana peut augmenter, *voire doubler*³, les risques d'avoir un accident de voiture.

√ - 96 sur 193
? - 54 sur 193
X - 43 sur 193

- Les participants ayant jugé cet énoncé non crédible ou insuffisamment clair ont mis en doute le passage soulignant que les risques d'avoir un accident de voiture pouvaient être doublés. La plupart d'entre eux avaient l'impression qu'il s'agissait là d'une exagération, et que l'énoncé serait plus crédible sans ce passage.

La consommation régulière de marijuana n'augmente pas votre aptitude à conduire après avoir consommé.

√ - 74 sur 193
? - 59 sur 193
X - 60 sur 193

- Cet énoncé a été jugé peu clair; plusieurs participants ont eu de la difficulté à comprendre son message.
- Après qu'on leur eut expliqué, la plupart des participants l'ont trouvé crédible, même si certains ont continué d'affirmer qu'une personne peut développer une tolérance à la marijuana lui permettant d'agir de façon normale.

Videos

Après avoir évalué les principaux énoncés sur la marijuana, les participants se voyaient présenter une série de sept approches vidéo, composée de deux groupes de sept vidéos présentées en alternance à chaque groupe. Au total, les réactions à quatorze vidéos ont ainsi été évaluées.

Les vidéos ont été délibérément choisies en fonction de leur approche. Cet exercice visait à vérifier si ces différentes approches s'avéraient convaincantes aux yeux des participants,

surtout en ce qui a trait à leur ton, à leur style, à leur impact et à l'impression laissée chez les participants. Le but ultime était de déterminer l'approche interpellant le plus les participants, afin de comprendre ce qui les rendrait plus susceptibles de recevoir des messages choisis portant sur les effets potentiels de la consommation de marijuana.

Un certain nombre d'approches ont été jugées convaincantes. L'exercice a également permis de constater qu'il n'existait pas d'approche unique en matière de légalisation « potentielle » de la marijuana. Les résultats obtenus suggèrent qu'une campagne médiatique à plusieurs volets favorisant des points de communication à divers niveaux serait la plus efficace pour atteindre les groupes ciblés à l'aide de messages qui leur importent.

Les points qui suivent présentent un résumé des constatations générales. Une analyse plus détaillée de chacune des vidéos est offerte par la suite.

- La majorité des vidéos ont suscité des réactions positives, et ce, dans tous les groupes. De l'avis des participants, le ton et le style adoptés pour chacune des approches pourraient s'avérer utiles, pour diverses raisons.
- Aux yeux de la plupart des participants, il importait toutefois que l'approche, le ton et les messages choisis conviennent au produit, la marijuana, surtout dans le contexte de sa légalisation; cela semblait particulièrement important pour les participants de plus de 15 ans. Certaines des vidéos ont été jugées excessives et alarmistes, sans commune mesure avec la perception qu'avaient les répondants de la marijuana, et incompatibles avec la position de gouvernement, favorable à une potentielle légalisation de la substance.
- Les participants réfractaires à ces approches excessives réagissaient par ailleurs fort positivement au ton et au style chaleureux, neutres et informatifs de la publicité *Joyeuse ou humoristique I*, jugée comme étant un moyen efficace, ni trop lourd ni trop exagéré, de communiquer les choses à faire et à ne pas faire en cas de légalisation. Certains, principalement les jeunes de 13 à 15 ans et leurs parents, se montraient cependant critiques de cette vidéo, jugeant son ton trop positif et peu susceptible de communiquer efficacement les risques associés à l'utilisation de la marijuana.
- De la même façon, les publicités ayant recours à une approche positive (c.-à-d. la *Positive I*) étaient perçues comme étant différentes, nouvelles (éloignées des stéréotypes des messages antidrogue) et efficaces. Les participants ont dit avoir apprécié l'aspect chaleureux de ce scénario, plusieurs mentionnant avoir particulièrement aimé le fait que celui-ci faisait confiance à l'intelligence du public et le jugeait en mesure de faire les bons choix, plutôt que de simplement le mettre en garde contre les dangers potentiels de mauvaises décisions.
- Les vidéos à caractère informatif, qui avaient recours à des éléments de logique et de comparaison (par exemple, la publicité *Informative II* et, dans une moindre mesure, *Informative I*) ont été très bien reçues. Les répondants ont trouvé qu'elles attiraient l'attention, étaient crédibles et communiquaient clairement leur message principal. Bien que certains participants se soient montrés réticents à l'utilisation d'images explicites, plusieurs ont dit apprécier le fait que la réalité scientifique

- soit expliquée, surtout à l'aide de métaphores visuelles faciles à comprendre et sans détails superflus. Ce recours à la science a été salué au sein des groupes, qui ont apprécié son caractère éducatif les ayant amenés à voir sous un nouvel angle, ou sous un autre angle, les risques associés à certaines situations courantes mais, dans les faits, pas entièrement comprises.
- Les réactions à l'approche interactive de la publicité *Interactive I* ont également été des plus positives. Elles se sont toutefois avérées plus mitigées dans le cas de la publicité *Interactive II*. Les parents de jeunes se sont montrés d'avis que l'approche interactive de la publicité *Interactive II* capterait facilement l'attention de leurs adolescents (lorsque ceux-ci seraient en ligne); les jeunes eux-mêmes ont toutefois signifié que ce ne serait pas le cas. Cette vidéo leur a semblé irréaliste, et ils n'ont pas aimé sa fin ouverte. Ils ont dit préférer un message négatif plus direct, qui les aviserait des risques associés à la consommation de drogues. Le concept de la publicité *Interactive II*, basé sur l'interactivité entre un observateur et une publicité en ligne pourrait susciter l'enthousiasme, mais le contenu de cette publicité devrait être considérablement plus intéressant ou convaincant que celui présenté dans la version évaluée. La nature de l'interactivité de la publicité *Interactive I*, fort différente, a su plus instantanément capter l'attention des participants et susciter leur empathie. Alors que les participants avaient l'impression que les observateurs eux-mêmes devraient interagir avec le contenu de la publicité *Interactive II*, ils pouvaient, avec *Interactive I*, simplement observer la façon dont les autres interagissaient avec son contenu. Ils en retiraient un sentiment de résolution, de même qu'une impression de divertissement et de réalisme -- et même, pour certains, le désir d'être la personne faisant l'expérience de cette interaction imprévue.
 - Les documentaires ou témoignages ont été appréciés des groupes, qui ont aimé le fait qu'il s'agissait d'histoires vraies portant sur de véritables personnes -- une façon efficace, à leur avis, de montrer que ce qui y est présenté est susceptible d'arriver à tout le monde. Ces documentaires ou témoignages étaient cependant jugés trop longs, peu susceptibles de capter l'attention et faciles à ignorer. De l'avis de la plupart des participants, ces vidéos seraient plus efficaces et appropriées si elles étaient montrées à des adolescents, de préférence dans un cadre scolaire, ce qui les forcerait à les regarder.
 - Les réactions aux publicités brèves et concises étaient généralement positives. Elles captaient immédiatement l'attention des participants et communiquaient efficacement, à leur avis, un message précis. *Brève et concise II* posait toutefois certains problèmes, surtout chez les jeunes de 13 à 15 ans, qui n'arrivaient pas à comprendre pourquoi une personne conduirait immédiatement après avoir bu. Les participants qui saisissaient le message « Sachez quand dire non » avaient cependant une bonne opinion de la publicité et soulignaient le comportement normal du personnage central, qui refusait de prendre un autre verre.
 - Bien qu'elles soient jugées potentiellement efficaces, les publicités humoristiques étaient généralement mieux reçues par les groupes plus âgés. Notons à titre d'exemple *Joyeuse ou humoristique II*, particulièrement bien accueillie par les adultes de plus de 25 ans. Les parents, les jeunes et les jeunes adultes trouvaient, pour leur part, l'humour présent dans cette publicité légèrement choquant. Les

jeunes de 13 à 15 ans, en particulier, n'avaient pas le sentiment qu'il était approprié de prendre la marijuana à la légère, disant préférer les approches plus sérieuses (sans qu'elles soient nécessairement dramatiques).

- Les vidéos ayant recours à un porte-parole célèbre étaient également jugées potentiellement efficaces, même si les réactions à *Célébrités ou porte-parole I* étaient partagées. Son humour n'a pas trouvé écho chez certains participants (dans tous les groupes), qui se sont montrés critiques du ton employé (jugé insolent et humiliant). Cela dit, les participants ont suggéré que la clé du succès de cette approche était de s'assurer de la pertinence de la relation entre la célébrité choisie et le public visé, et de l'existence d'un rapport personnel entre ce porte-parole et le message véhiculé. Ces éléments, à leurs yeux, viendraient ajouter authenticité et crédibilité au propos.
- Ces réponses viennent suggérer qu'une campagne à plusieurs volets sera nécessaire afin d'atteindre un public diversifié à l'aide de véhicules et de messages ciblés sur la marijuana. Il est en effet apparu évident, au fil des séances tenues soir après soir auprès de tous les participants, que l'éventail des connaissances, des craintes, des attitudes et des perceptions observées rend quasi impossible une approche unique auprès de tous les groupes cibles. Diverses approches ciblées semblent plutôt la façon d'assurer la réussite la plus large possible des efforts d'éducation de la population en ce qui concerne les risques potentiels associés à la consommation de marijuana.

Analyse détaillée

Les tableaux qui suivent illustrent la façon dont les vidéos ont été reçues par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de chacune. Ils montrent également la manière dont elles peuvent être adaptées pour traiter de la marijuana. Les vidéos sont regroupées en fonction de leur approche; celles ayant été les mieux reçues apparaissent en premier.

Légende

- Cercle - Dans le sous-ensemble concerné, concept bien reçu.
- ▼ Triangle - Dans le sous-ensemble concerné, concept dont certains éléments étaient bien reçus, mais suscitant également des critiques constructives auxquelles il conviendrait de répondre si cette approche devait être utilisée.
- Carré - Dans le sous-ensemble concerné, concept suscitant généralement des réactions négatives suggérant que cette approche ne serait pas bien reçue.

Joyeuse ou humoristique

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Joyeuse ou humoristique II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les

éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	<p align="center">Joyeuse ou humoristique I Animation accompagnée de musique bluegrass avec, en voix hors champ, la récitation d'un poème rimé décrivant ce qu'une personne peut faire dans une collectivité où l'usage récréatif de la marijuana a été légalisé.</p>					
	<p align="center">Jeunes (13 à 15 ans) ▼</p>	<p align="center">Jeunes (16 à 18 ans) ●</p>	<p align="center">Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼</p>	<p align="center">Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ●</p>	<p align="center">Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●</p>	<p align="center">Adultes (25 ans et +) ●</p>
Éléments positifs	<p>√ Ton positif et léger, qui n'exagère pas les risques associés à la marijuana. √ Vidéo jugée instructive et informative, communiquant efficacement les choses à faire et à ne pas faire en ce qui concerne la marijuana. √ Les adultes et les parents de jeunes de 16 à 18 ans, surtout, avaient l'impression que cette publicité avait trouvé le ton juste pour parler de la marijuana, particulièrement dans le contexte de sa légalisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> • À leurs avis, les vidéos privilégiant une approche percutante (exagérée) seraient incompatibles avec la décision de légaliser cette drogue. 					
Éléments négatifs	<p>x Pour certains, particulièrement les parents de jeunes de 13 à 15 ans, le ton joyeux de cette publicité venait banaliser l'utilisation (et les risques potentiels) de la marijuana. x Quelques participants ont dit craindre que le choix d'un dessin animé attire l'attention d'un public plus jeune.</p>					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<p>■ Oui.</p>					

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Joyeuse ou humoristique II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	<p align="center">Joyeuse ou humoristique II Satire à l'humour noir examinant les effets de la</p>
-----------	---

		cocaïne du point de vue d'un chien mort après avoir servi de passeur de drogue.					
		Jeunes (13 à 15 ans) ■	Jeunes (16 à 18 ans) ■	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ■	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ■	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ▼	Adultes (25 ans et +) ●
Éléments positifs		✓ Une approche humoristique peut être amusante et capter l'attention de certains (surtout les adultes de 25 ans et plus). ✓ Certains participants aimaient le fait qu'on les amène à rire de quelque chose qui, en soi, n'était pas vraiment drôle. ✓ Les participants avaient le sentiment que cette publicité pourrait devenir virale.					
Éléments négatifs		x Le fait de voir un chien utilisé de cette façon était traumatisant pour certains. x Plusieurs participants ont trouvé cette publicité absurde et n'y ont rien vu d'amusant. x Pour certains, elle venait banaliser un problème sérieux, de même que les effets des drogues. x Plusieurs participants se sont plaints du rythme rapide et de l'éventail de messages de la publicité, qui la rendaient à leur avis difficile à suivre.					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana		■ Certains participants étaient d'avis que cette approche pourrait être adaptée pour traiter de la marijuana.					

Positive

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Positive I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Positive I	
Réactions	Publicité présentant la relation entre un homme et son chien, qui profitent ensemble de la vie. Un moment plus dramatique vient jeter le doute et amène le spectateur à se demander si l'homme est venu s'ajouter aux victimes de l'alcool au volant. La publicité offre toutefois une fin heureuse, alors que l'on comprend que l'homme a choisi de ne pas conduire après avoir bu de l'alcool.

	Jeunes (13 à 15 ans) ●	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ●	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ●	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●	Adultes (25 ans et +) ●
Éléments positifs	<ul style="list-style-type: none"> √ L'une des vidéos les mieux reçues. √ Les participants (de tous les âges) se sont facilement sentis interpellés par la vidéo sur le plan personnel et émotionnel. √ La publicité a été jugée crédible et vraisemblable, et les participants s'y sont reconnus. √ La vidéo a su capter efficacement l'attention du spectateur. √ Elle a également su transmettre efficacement son message principal : faites des choix éclairés. √ Les participants ont dit aimer le fait qu'il se dégage un sentiment d'optimisme de la vidéo (et non pas de malheur et de tristesse). √ Ils ont aussi aimé que l'on utilise un chien pour transmettre le message que d'autres dépendent de nous, et qu'il est de notre responsabilité de revenir à la maison de façon sécuritaire. 					
Éléments négatifs	x Aucun participant n'a critiqué cette vidéo.					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les participants étaient d'avis que cette vidéo pourrait facilement être adaptée pour traiter de la marijuana. ■ La marijuana pourrait y remplacer l'alcool. ■ Un participant a suggéré de créer différentes versions de la publicité (et donc, une version dans laquelle le propriétaire du chien ne reviendrait pas à la maison de façon sécuritaire) qui amèneraient les spectateurs à deviner, chaque fois, la version qu'il s'apprêterait à voir. 					

Publicité-Choc

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Publicité-choc I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Publicité-choc I	
Réactions	Un jeune homme repense à un moment de sa vie où son égoïsme et son goût des sensations fortes l'ont amené à excéder la vitesse permise en ville. Il est alors entré en collision avec un autre véhicule et a entraîné

	dans la mort une mère, directement sous les yeux de l'enfant de cette dernière.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ●	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ●	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ●	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●	Adultes (25 ans et +) ●
Éléments positifs	<ul style="list-style-type: none"> √ Les participants se sont facilement sentis interpellés par la vidéo sur le plan personnel. √ La publicité a été jugée crédible et vraisemblable, et les participants s'y sont reconnus. √ La vidéo a su capter efficacement l'attention du spectateur. √ Elle a également su transmettre efficacement son message principal : faites des choix éclairés. √ Les participants aimaient son message selon lequel une seule mauvaise décision peut avoir des conséquences importantes. √ La représentation qu'on y fait des adultes était appréciée des jeunes adultes (et des jeunes), parce qu'elle s'éloignait des approches stéréotypées habituelles, qui montrent souvent les jeunes agissant de façon irresponsable et prenant de mauvaises décisions. 					
Éléments négatifs	<ul style="list-style-type: none"> x Bien qu'ils aient apprécié le message, certains participants ont tout de même jugé que la mort de la mère était invraisemblable. x Les réactions initiales portaient souvent d'une supposition erronée, à savoir que le conducteur avait les capacités affaiblies. 					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les participants étaient d'avis que cette vidéo pourrait facilement être adaptée pour traiter de la marijuana. ■ Certains ont suggéré de représenter un couple présent à une fête où de la marijuana est consommée, afin de démontrer les risques associés à la conduite sous l'influence de la marijuana. 					

Informative

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Informative II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Informative II	
Réactions	La caméra effectue, à partir du sol, un panoramique qui permet de voir trois voitures et ses occupants,

	suspendus au-dessus d'une rue à diverses hauteurs aux côtés d'un gratte-ciel. Chacune des voitures, de la moins élevée à la plus élevée, sert à illustrer l'effet d'une collision à différentes vitesses.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ●	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ●	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ●	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●	Adultes (25 ans et +) ●
Éléments positifs	<p>√ Les images de cette publicité sont apparues fort efficaces aux yeux des participants.</p> <p>√ La vidéo suscitait des réactions viscérales chez la plupart des participants.</p> <p>√ Aux yeux des participants, elle a su faire appel efficacement à la logique et à la raison pour communiquer son message principal, qui a particulièrement rejoint les jeunes. Ceux-ci ont particulièrement aimé que l'approche choisie se distingue de celles généralement utilisées pour ce type de publicités.</p> <p>√ La publicité, selon plusieurs, a su véhiculer son message, sans pour autant assommer les spectateurs.</p>					
Éléments négatifs	x Aucun élément négatif n'a été souligné par les participants.					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<p>■ La vaste majorité des participants avait l'impression que cette vidéo pourrait très facilement être adaptée pour traiter de la marijuana.</p> <p>■ Elle pourrait, à leur avis, être utilisée pour représenter les risques associés à la consommation de marijuana en ce qui a trait à divers aspects, par exemple la conduite sous l'influence de cette substance, les risques pour la santé, la dépendance, le décrochage scolaire, les obstacles potentiels à la carrière, etc.</p>					

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Informative I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Informative I Représentation en super ralenti de l'intérieur d'une voiture, puis de l'intérieur de corps humains durant une collision, qui démontre les dommages et les blessures pouvant être subis, même dans une voiture dotée des meilleurs dispositifs de sécurité.					
	Jeunes (13 à 15	Jeunes (16 à 18	Parents (de jeunes	Parents (de jeunes	Jeunes adultes	Adultes (25 ans

	ans) ▼	ans) ▼	de 13 à 15 ans) ▼	de 16 à 18 ans) ▼	(19 à 24 ans) ▼	et +) ▼
Éléments positifs	✓ Approche informative et éducative. ✓ La publicité démontre efficacement les conséquences des gestes posés par une personne. ✓ Visuellement intéressante et susceptible de capter l'attention. ✓ Vidéo apaisante.					
Éléments négatifs	x Les participants n'arrivaient pas à se sentir interpellés par cette vidéo, ni sur le plan personnel, ni sur le plan émotionnel. x Certains ont jugé cette publicité trop explicite, et ont affirmé qu'ils éviteraient de la revoir.					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	■ L'approche préconisée, scientifique et fondée sur des données probantes, pourrait selon les participants s'avérer efficace pour traiter de la marijuana; elle serait susceptible de démontrer certains aspects que personne ne connaît ou ne croit au sujet de cette substance.					

Interactive

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Interactive I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Interactive I					
	Une caméra cachée dans les toilettes pour hommes d'un bar branché montre des clients surpris de constater que le miroir leur permet une interaction en circuit fermé avec un prisonnier. Rempli de regrets, celui-ci leur décrit la tragique expérience qu'il a vécue après avoir conduit en état d'ébriété et les supplie de prévoir leur retour à la maison, afin d'éviter de commettre la même erreur que lui.					
	Jeunes (13 à 15 ans)	Jeunes (16 à 18 ans)	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans)	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans)	Jeunes adultes (19 à 24 ans)	Adultes (25 ans et +)
	●	●	●	●	●	●
Éléments positifs	✓ L'une des vidéos les mieux reçues. ✓ Les participants se sont facilement sentis interpellés par la vidéo sur le plan personnel. ✓ La publicité a su transmettre très efficacement son					

	<p>message principal.</p> <p>√ Les participants avaient l'impression que cette publicité pourrait convenir à différentes situations et à différentes personnes (c.-à-d. celles qui consomment de la marijuana régulièrement, ou moins régulièrement).</p>
Éléments négatifs	x Aucun participant n'a critiqué cette vidéo.
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<p>■ Les participants étaient d'avis que cette vidéo pourrait facilement être adaptée pour traiter de la marijuana.</p> <p>■ Certains ont suggéré que la scène pourrait se dérouler lors d'une fête privée plutôt que dans un bar, ce qui conviendrait davantage à la consommation de marijuana.</p>

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo Interactive II a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Interactive II Le point de vue à la première personne d'un adolescent qui, dans le corridor d'une école secondaire, se fait offrir de la cocaïne. La vidéo interactive permet au spectateur de choisir s'il accepte la cocaïne ou non.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ■	Jeunes (16 à 18 ans) ■	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ■	Adultes (25 ans et +) ■
Éléments positifs	<p>√ Certains parents avaient le sentiment que l'approche interactive préconisée dans cette vidéo était susceptible d'attirer les jeunes (bien que les jeunes eux-mêmes ne semblaient pas l'apprécier particulièrement).</p> <p>√ Certains participants ont indiqué vouloir connaître la suite, et quelques-uns ont même avoué qu'ils préféreraient, par curiosité, voir les conséquences découlant du mauvais choix.</p>					
Éléments négatifs	<p>x Aux yeux de la plupart des participants, cette publicité portait à confusion. Plusieurs se sont demandé : « Que se passe-t-il ensuite? »</p> <p>x Les jeunes et les jeunes adultes, dans l'ensemble, n'avaient pas l'impression que cette publicité était très réaliste (c.-à-d. qu'il est rare que des personnes offrent de la cocaïne à leurs amis).</p> <p>x Certains parents s'inquiétaient de la fin ouverte de la</p>					

	vidéo, affirmant que des jeunes pourraient croire qu'il est préférable d'essayer la cocaïne, de façon à pouvoir faire leur examen et se rendre à la fête. Ils auraient préféré que les conséquences négatives de ce choix soient plus clairement démontrées.
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	■ Les participants étaient d'avis que cette vidéo pourrait facilement être adaptée pour traiter de la marijuana.

Triste ou Dramatique

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Triste ou dramatique I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Triste ou dramatique I Un montage rapide transporte le spectateur d'un endroit à un autre, au fil d'une série d'événements tragiques, pendant que le narrateur explique la signification de chacun des endroits visités dans la vie de son amie, une adolescente ayant succombé au crack. La vidéo se conclut par un silence représentant l'absence d'intervention du narrateur, qui n'a rien fait pour sauver son amie de cet engrenage infernal alors qu'il en avait l'occasion.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ●	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ●	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ●	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ▼	Adultes (25 ans et +) ▼
Éléments positifs	√ Les participants avaient une impression positive du ton dramatique, dur et triste adopté dans cette approche. √ Les participants se sont très facilement sentis interpellés par la vidéo sur le plan personnel. √ Certains ont aimé le fait que cette publicité suscite un sentiment de peur. √ La scène montrant la balançoire sur laquelle Jessica expose son frère à la méthamphétamine s'est avérée particulièrement poignante pour les participants.					
Éléments négatifs	x Certains ont mis en doute le fait qu'une telle approche, très dure, puisse être adaptée à la marijuana; elle leur a semblé exagérée pour traiter de cette substance. x D'autres participants avaient également l'impression que					

	cette situation était trop éloignée de leur propre vie pour être pertinente.
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les participants qui croyaient que cette publicité pourrait être adaptée pour traiter de la marijuana ont suggéré qu'il faudrait ajouter une scène conseillant aux utilisateurs de marijuana de s'assurer que ce qu'ils consomment n'est pas mélangé à autre chose, une scène présentant une sœur exposant son frère ou sa sœur plus jeune à la marijuana, ou encore une scène montrant un adolescent amorçant une descente aux enfers à cause de la marijuana.

Brève et Concise

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Brève et concise II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Brève et concise II Deux scènes de quinze secondes chacune montrant des hommes savourant une bière après une activité physique; on lance une autre canette de bière au personnage principal, qui refuse de l'attraper en disant qu'il n'en prendra pas une de plus parce qu'il doit conduire.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ▼	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●	Adultes (25 ans et +) ●
Éléments positifs	<ul style="list-style-type: none"> √ Le ton de la publicité était léger. √ La publicité a su transmettre efficacement son message principal : faites des choix éclairés. √ Les participants ont affirmé apprécier le ton humoristique et positif de cette vidéo. √ Ils l'ont également jugée logique et directe. √ Certains participants, particulièrement les parents de jeunes, ont aimé que la publicité montre qu'il est correct de « dire non » et de résister à la pression de ses pairs. Ils ont vu là un aspect admirable de cette publicité. 					
Éléments négatifs	<ul style="list-style-type: none"> x Quelques participants, surtout parmi les plus jeunes et les parents, ont avoué ne pas avoir aimé le fait que chacun des personnages ait déjà consommé une bière (et peut-être plus). Ils auraient préféré un message prônant la tolérance zéro, particulièrement auprès des jeunes. 					

Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les participants étaient d'avis que cette vidéo pourrait très facilement être adaptée pour traiter de la marijuana. ■ Il a été suggéré de représenter des personnes qui disent non à la marijuana et savent qu'il est correct de le faire (par exemple, lors d'une fête privée, un groupe de jeunes fait circuler un joint, que refuse l'un d'eux).
---	--

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Brève et concise I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Brève et concise I Deux jeunes, intoxiqués à la marijuana, prennent place dans une voiture. Le passager remarque que le conducteur a de la difficulté à attacher sa ceinture de sécurité et lui demande s'il peut conduire. Le conducteur lui répond que personne ne peut remarquer son état. Des sous-titres rappellent alors que les policiers peuvent, en fait, le remarquer.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ▼	Jeunes (16 à 18 ans) ▼	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ■	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ■	Adultes (25 ans et +) ■
Éléments positifs	✓ La publicité est apparue pertinente aux yeux des participants, soulevant un autre problème associé à la marijuana. ✓ Elle était courte et directe. ✓ Elle a également su transmettre efficacement son message principal.					
Éléments négatifs	x Pour la plupart des participants, la publicité n'était pas vraisemblable ou crédible; plusieurs ne croyaient pas que la police est en mesure de détecter si une personne conduit sous l'influence de la marijuana. x Les participants n'arrivaient pas à se sentir interpellés par cette vidéo, ni sur le plan personnel, ni sur le plan émotionnel. x À leurs yeux, elle n'était pas vraiment créative, présentant les jeunes et l'usage de la marijuana de façon très traditionnelle.					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Oui. 					

Documentaire ou Témoignages

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Documentaire ou témoignages II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Documentaire ou témoignages II Un documentaire au montage rapide qui, uniquement par l'entremise d'entrevues auprès d'anciens consommateurs réels, vise à informer les spectateurs de ce qu'est la cocaïne, de son effet sur ceux qui l'utilisent et du chemin menant à la dépendance.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ▼	Jeunes (16 à 18 ans) ●	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ●	Adultes (25 ans et +) ■
Éléments positifs	<p>√ Les participants aimaient entendre le témoignage de véritables personnes, à leurs yeux, cela suggérait que leur histoire peut arriver à tout le monde.</p> <p>√ L'approche préconisée était jugée crédible et convaincante.</p> <p>√ La vidéo était également perçue comme étant informative.</p> <p>√ Certains participants ont aussi affirmé qu'ils aimaient le fait que la publicité ne vienne pas dicter ce que les gens devraient penser.</p>					
Éléments négatifs	<p>x La vidéo était trop longue.</p> <p>x Certains participants, surtout les parents, s'inquiétaient du fait que cette représentation (ou peut-être ce montage précis) ne montre pas les conséquences (négatives) de l'usage de la cocaïne. À leurs yeux, cette vidéo rappelait un peu une infopublicité susceptible de promouvoir involontairement la consommation de cette substance.</p> <p>x Quelques participants affirmaient également que ces témoignages peuvent s'avérer inefficaces, les personnes aux prises avec cette dépendance précise étant souvent susceptibles d'ignorer un message qu'elles ne veulent pas entendre.</p>					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<p>■ Oui, bien que certains participants, surtout les jeunes adultes et les adultes, se demandaient si un tel scénario catastrophe peut vraiment s'appliquer à la marijuana.</p> <p>■ Quelques participants ont suggéré de représenter l'effet néfaste de la consommation de marijuana sur la vie (scolaire ou professionnelle) de certains jeunes.</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Il a été également suggéré de montrer l'expérience négative de certaines personnes n'ayant essayé la marijuana qu'une seule fois.
--	---

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Documentaire ou témoignages I* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Documentaire ou témoignages I Documentaire présentant l'histoire d'une jeune femme devenue dépendante de médicaments d'ordonnance et ayant frôlé la mort, racontée par sa mère et elle-même.					
	Jeunes (13 à 15 ans) ▼	Jeunes (16 à 18 ans) ▼	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ▼	Adultes (25 ans et +) ▼
Éléments positifs	<ul style="list-style-type: none"> √ Les participants se sentaient personnellement interpellés par ce récit d'une vraie personne. À leur avis, cela suggérait que la même chose peut arriver à n'importe qui. √ L'approche préconisée était jugée crédible et convaincante. 					
Éléments négatifs	<ul style="list-style-type: none"> x La vidéo était trop longue et portait à confusion par moments. x Certains participants ont jugé qu'elle était décevante. x Quelques participants affirmaient également que ces témoignages peuvent s'avérer inefficaces, les personnes aux prises avec cette dépendance précise étant souvent susceptibles d'ignorer un message qu'elles ne veulent pas entendre. 					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Oui, bien que certains participants, surtout les jeunes adultes et les adultes, se demandaient si un tel scénario catastrophe peut vraiment s'appliquer à la marijuana. ■ Quelques participants ont suggéré de représenter l'effet néfaste de la consommation de marijuana sur la vie (scolaire ou professionnelle) de certains jeunes. 					

Célébrités ou Porte-parole

Le tableau qui suit illustre la façon dont la vidéo *Célébrités ou porte-parole II* a été reçue par les divers groupes, ainsi que les

éléments positifs et négatifs de celle-ci. Il montre également la manière dont elle peut être adaptée pour traiter de la marijuana.

Réactions	Célébrités ou porte-parole I					
	<p>Une actrice britannique, qui s'exprime clairement mais brusquement, explique que les gens qui continuent de conduire après avoir bu de l'alcool provoquent chez elle perplexité et dégoût. Elle utilise un langage coloré dans le but d'humilier ces gens, mais termine son discours sur un ton plus enjoué, alors qu'elle dit soupçonner que le spectateur de cette vidéo est une bonne personne qui ne se comporterait jamais de cette façon, un fait apprécié de tous.</p>					
	Jeunes (13 à 15 ans) ■	Jeunes (16 à 18 ans) ■	Parents (de jeunes de 13 à 15 ans) ▼	Parents (de jeunes de 16 à 18 ans) ▼	Jeunes adultes (19 à 24 ans) ▼	Adultes (25 ans et +) ▼
Éléments positifs	<ul style="list-style-type: none"> √ Certains participants ont jugé cette vidéo humoristique. √ L'approche préconisée, implacable (et même insolente) était perçue comme étant directe. √ Les participants aimaient le fait que la vidéo se termine sur une note positive. √ L'utilisation de célébrités peut fonctionner. 					
Éléments négatifs	<ul style="list-style-type: none"> x Certains participants n'aimaient pas l'approche adoptée, décrite comme insolente, offensante et insultante. x Seuls les adultes de 25 ans et plus ont reconnu Helen Mirren. x Certains participants préféreraient des célébrités qui parleraient de leurs propres expériences. 					
Pouvant être adaptée pour traiter de la marijuana	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les participants n'étaient pas convaincus que cette approche pourrait fonctionner pour la marijuana, se demandant dans quelle mesure il serait possible d'amener une personne à se sentir coupable de consommer cette substance. ■ D'autres participants croyaient qu'il serait possible d'adapter cette publicité pour traiter de la marijuana, si l'on se concentrait sur la question de la conduite sous l'influence de cette substance. 					

Communications

La discussion cherchait enfin à cerner la meilleure façon de renseigner les Canadiens sur les effets de la consommation de marijuana, y compris les sources à explorer pour de l'information et les canaux privilégiés pour le faire.

Tous les parents rencontrés ont indiqué avoir parlé ouvertement des drogues et de l'alcool avec leurs adolescents. Ils ont toutefois aussi reconnu le rôle joué par le système scolaire, qui fournit aux jeunes des informations crédibles et opportunes à ce sujet. Les parents ont indiqué que les discussions qu'ils ont eues avec leurs adolescents sur ces sujets ont généralement eu lieu juste avant que ces derniers ne commencent leur secondaire. Parmi les sujets abordés par les parents dans le cadre de leurs discussions avec leurs adolescents, notons les suivants : la nécessité d'agir de façon responsable, de faire des choix éclairés et de ne pas se laisser influencer par les autres, ainsi que le fait d'attendre d'être un peu plus vieux (au minimum, majeur) avant d'essayer la marijuana. La majorité des parents n'étaient pas d'avis que la légalisation de la marijuana viendrait changer quoi que ce soit à leur façon d'aborder la question avec leurs adolescents.

Les jeunes, de leur côté, avaient pour leurs parents certains conseils, parmi lesquels : la nécessité d'adopter avec eux une approche non accusatoire, de respecter leur intelligence et leur jugement et de leur fournir, sans les juger, des données empiriques, afin de leur permettre de prendre des décisions éclairées plutôt que de se fier uniquement au bouche-à-oreille ou à des informations erronées.

Questionnés sur leurs besoins en matière d'information, très peu de participants, dans tous les groupes, ont affirmé avoir recherché de l'information sur les effets de la marijuana ou sur la conduite sous l'influence de la marijuana, et ce, même si certains des participants plus jeunes ont dit l'avoir fait dans le cadre de projets scolaires. Cela dit, la plupart des participants se sont montrés intéressés par la question de sa légalisation, surtout en ce qui a trait à la mise en place de normes et de règlements (p. ex., limite légale de marijuana dans le sang, etc.).

La plupart des participants se référerait à des sites du gouvernement (plusieurs ont mentionné explicitement celui de Santé Canada) pour de l'information crédible sur la marijuana. Parmi les autres sources de confiance mentionnées spontanément, notons les organisations de santé (p. ex., la clinique Mayo); le personnel des établissements associés aux soins de santé (p. ex., le personnel des hôpitaux, les naturopathes, les pharmaciens, etc.); les associations pour la santé mentale; les organisations spécialisées dans le traitement des toxicomanies; les dispensaires; les magasins d'alcools; et les forums communautaires sur la santé.

Les médias sociaux (p. ex., YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.) se sont avérés les véhicules de communication les plus souvent cités, et ce, dans tous les groupes et pour toutes les villes. Parmi les autres véhicules de communication spontanément mentionnés, on remarquait : les panneaux d'affichage; les services de transport en commun (p. ex., les autobus et les abribus, les trains, les métros, etc.); la télévision (bien que plusieurs répondants aient affirmé ne plus regarder la télévision en temps réel); et la radio (en se rendant au travail ou en revenant du travail).

Conclusions et Recommandations

La question de la légalisation « potentielle » de la marijuana au Canada est très bien connue. Dans l'ensemble, la plupart des participants sont d'avis que ses avantages (bienfaits économiques, qualité et sécurité, élimination du marché noir et de certains éléments criminels, diminution de la pression exercée sur les systèmes de soins de santé et judiciaire) surpassent ses désavantages (risques pour la santé à long terme associés au fait de fumer, sentiment de malaise relié à l'exposition à la fumée secondaire et au fait de devoir supporter l'odeur de la marijuana, conduite sous l'influence de la marijuana).

Le point de vue des jeunes de 13 à 15 ans différait sensiblement de celui des autres groupes : la marijuana leur était moins familière, ils avaient tendance à dire que les désavantages de la légalisation surpassaient les avantages, ils croyaient que l'accès à la marijuana et l'usage de cette substance augmenteraient en cas de légalisation, ils jugeaient les énoncés soumis plus crédibles et ils disaient préférer une approche et un ton plus sérieux, qui ne viendraient pas banaliser le sujet, lorsque viendrait le temps de traiter de la question.

La plupart des participants, dans tous les groupes, étaient d'avis que la conduite sous l'influence de la marijuana s'avère moins dangereuse que la conduite sous l'influence de l'alcool. Ils étaient cependant d'accord pour dire qu'une diminution des capacités d'une personne demeure, dans les faits, une diminution, peu importe le contexte. Aux yeux des participants, les méthodes actuelles de détection de la consommation de marijuana sur la route se doivent d'être améliorées afin de permettre de dépister la conduite sous l'influence de la marijuana.

En matière de communications, il importait, aux yeux de la plupart des participants, que l'approche, le ton et les messages choisis conviennent au produit, la marijuana, surtout dans le contexte de sa légalisation. Certaines méthodes de communication, jugées excessives et alarmistes, ne correspondaient pas à la perception qu'avaient les répondants de la marijuana, et étaient jugées incompatibles avec la position de gouvernement, favorable à une potentielle légalisation de la substance.

Les réponses obtenues suggèrent qu'il n'existe pas d'approche unique susceptible de communiquer les messages clés de la campagne à tous les groupes cibles. Une campagne à plusieurs volets sera donc nécessaire afin d'atteindre un public diversifié à l'aide de véhicules et de messages ciblés sur la marijuana.

Le gouvernement fédéral, et plus particulièrement Santé Canada, étaient perçus comme des sources d'information crédibles sur la marijuana. La très grande majorité des participants se sont montrés intéressés par la question de sa légalisation, surtout en ce qui a trait à la mise en place de normes et de règlements (p. ex., limite légale de marijuana dans le sang, etc.). Les séances tenues dans le cadre de cette étude démontrent toutefois clairement qu'une communication efficace avec ces groupes cibles exigera de composer avec la prévention de risques jugés surprenants et, potentiellement, non crédibles, tout en acceptant le fait qu'une utilisation responsable de la marijuana est tout à fait probable et acceptable, dans le contexte de la mise en œuvre de sa légalisation.

Annexe A : Guide de discussion

Français

Introduction

La modératrice se présente et explique son rôle : le rôle de la modératrice est de poser des questions, de veiller à ce que chacun ait la chance de s'exprimer, de s'assurer de respecter le temps alloué et d'être objective/de ne pas avoir de parti pris.

- Le nom de la firme pour laquelle la modératrice/le modérateur travaille et le type de firme dont il s'agit (c.-à-d. une société d'étude de marché indépendante).
- L'objectif de la recherche et le commanditaire de celle-ci, décrits, au minimum, de la même façon que lors du recrutement : nous explorons le sujet de la marijuana à usage récréatif, à des fins non médicales. En d'autres mots, la marijuana qui est utilisée uniquement pour se droguer ou pour le plaisir qui y est associé, et non pas pour le traitement d'une maladie ou des symptômes associés à une maladie.
- Le rôle des participants est de parler ouvertement et d'exprimer leurs opinions en toute honnêteté. Il n'y a pas de mauvaise réponse et il n'est pas nécessaire que vous soyez tous d'accord.
- Les résultats sont confidentiels et seront rapportés une fois compilés. Personne ne sera identifié. La participation est volontaire. S'il y a des inquiétudes concernant la confidentialité autour du fait que la marijuana est encore une substance illégale et de leur propre consommation : mettre l'accent sur la façon dont les résultats sont analysés et gardés confidentiels.
- La durée de la séance (2 heures).
- Compensation financière de 75 \$.
- La présence d'observateurs, leur rôle et les méthodes d'observation (miroir sans tain et téléconférence; des collègues se trouvent derrière le miroir et d'autres écoutent la discussion à distance).
- Enregistrement audio et vidéo de la discussion
- Il faut éteindre les téléphones cellulaires durant la discussion.

La modératrice/le modérateur fait un tour de table et demande aux participants de se présenter.

Survol

- [À MAIN LEVÉE] Combien d'entre vous ont entendu, lu ou vu quelque chose sur la possibilité de légaliser la marijuana au Canada?
 - Qu'avez-vous entendu à ce sujet?
 - Selon vous, quels sont les avantages et les inconvénients de sa légalisation?
- À votre avis, pourquoi les personnes de votre âge consomment-elles de la marijuana?
 - Que pensez-vous des gens de votre entourage qui en consomment?

- Adultes : Selon vous, pourquoi les adolescents consomment-ils de la marijuana?
- Quels sont les risques de la consommation de marijuana pour la santé et la sécurité (s'il y a lieu)?
 - Existe-t-il des facteurs qui influencent les risques pour la santé et la sécurité? Le cas échéant, quels sont-ils? (Au besoin, donner des exemples tels que le délai après la consommation, l'âge et la consommation régulière par rapport à la consommation occasionnelle.)
 - S'agit-il d'effets ou de risques à long ou à court terme? Pourquoi? S'il y a lieu, quelles sont vos préoccupations quant à la consommation de marijuana?
 - À votre connaissance, y a-t-il des avantages à la consommation de marijuana? Quels sont-ils (s'il y a lieu)?
 - Pensez-vous que les risques pour la santé et la sécurité et les avantages diffèrent selon le groupe d'âge? Par exemple, pour les adultes (plus de 24 ans), les jeunes adultes (de 19 à 24 ans) et les jeunes (de 13 à 18 ans)? Pourquoi?
- La légalisation changerait-elle votre perception de la marijuana?
 - Si la marijuana devenait légale au Canada, pensez-vous que sa consommation augmenterait ou diminuerait? Pourquoi?
 - Supposons que la marijuana soit légale au Canada et que vous vous trouviez dans un contexte social (jeunes et jeunes adultes : comme un « party ») et que certaines personnes autour de vous consomment de la marijuana; quelle serait votre réaction? Comment vous sentiriez-vous?
- Croyez-vous que les adolescents auraient plus facilement ou moins facilement accès à la marijuana, ou que cela ne changerait rien à la situation?
 - Pensez-vous que leur consommation augmenterait, diminuerait ou resterait la même? Pourquoi?
 - Croyez-vous que cela serait différent chez les adultes? Pourquoi?

Prenons quelques minutes pour parler de la conduite sous l'influence de la marijuana.

- [À MAIN LEVÉE] Connaissez-vous quelqu'un qui a conduit récemment un véhicule sous l'influence de la marijuana OU qui était passager dans un véhicule où le conducteur était sous l'influence de la marijuana?
 - Selon vous, est-ce acceptable? Pourquoi?
- En quoi la conduite sous l'influence de la marijuana est-elle différente de la conduite sous l'influence de l'alcool?
 - En quoi les effets sont-ils différents? En quoi sont-ils semblables?
 - Croyez-vous que l'une des deux situations est plus dangereuse que l'autre?
 - Les risques sont-ils différents? Pourquoi?
- À votre connaissance, est-il sécuritaire de conduire un véhicule après avoir consommé de la marijuana?
 - Combien de temps après avoir consommé de la marijuana est-il sécuritaire de conduire?

- Croyez-vous qu'il existe des conséquences légales de la conduite sous l'influence de la marijuana?
 - Ces conséquences sont-elles plus ou moins graves que celles de la conduite sous l'influence de l'alcool?
- Connaissez-vous des méthodes de détection de la consommation de la marijuana sur la route?

Énoncés

Je vais vous distribuer une feuille avec des énoncés. N'hésitez pas à l'annoter. Veuillez indiquer un crochet à côté des mots, des phrases ou des éléments que vous aimez, un « X » à côté de ceux que vous n'aimez pas et un point d'interrogation à côté des énoncés qui ne sont pas clairs ou qui portent à confusion et, finalement, encercler l'information nouvelle pour vous.

ALTERNER LES CATÉGORIES D'ÉNONCÉS ET S'ASSURER QUE TOUS LES ÉNONCÉS SONT ABORDÉS DANS CHACUN DES GROUPES

ANIMATEUR -- EXPLORER :

- Quel énoncé s'est démarqué à vos yeux? Des énoncés vous ont-ils accrochés plus que d'autres?
- Quels sont les énoncés que vous avez aimés ou à côté desquels vous avez indiqué un crochet? Qu'est-ce qui vous a plu dans ces énoncés?
- Quels sont les énoncés que vous n'avez pas aimés ou à côté desquels vous avez indiqué un « X »? Qu'est-ce qui vous a déplu dans ces énoncés?
- Quels sont les éléments qui étaient peu clairs ou à côté desquels vous avez indiqué un point d'interrogation? Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu ces informations? Qu'avez-vous appris de nouveau?
- Ces informations sont-elles vraisemblables, crédibles? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Les énoncés sont-ils pertinents pour vous? Lesquels sont les plus pertinents?
- Les énoncés vous incitent-ils à agir? Pourquoi ou pourquoi pas? Quels types de mesures prendriez-vous (parler à quelqu'un, informer les enfants ou les parents, rechercher plus d'informations)?
- Que pensez-vous du ton des énoncés?

Nous allons maintenant répéter l'exercice avec une autre liste d'énoncés. Encore une fois, n'hésitez pas à annoter la liste. Veuillez indiquer un crochet à côté des mots, des phrases ou des éléments que vous aimez, un « X » à côté de ceux que vous n'aimez pas et un point d'interrogation à côté des énoncés qui ne sont pas clairs ou qui portent à confusion et, finalement, encercler l'information nouvelle pour vous.

LISTE D'ÉNONCÉS PRÉSENTÉE DANS L'ANNEXE A

Publicités vidéo

J'aimerais maintenant vous montrer quelques publicités vidéo. Vous verrez que l'approche adoptée pour véhiculer le message peut varier. Ces publicités et vidéos ont été sélectionnées intentionnellement, car j'aimerais comprendre ce que vous pensez de chaque approche, surtout en ce qui a trait au ton et au style de la publicité ou vidéo, à ce qu'elle dégage et à son impact. Veuillez noter que dans la plupart des cas, elles peuvent porter sur un autre sujet que la marijuana. J'aimerais donc que vous vous concentriez sur l'approche et le ton, et non sur le message véhiculé.

ANIMATEUR : MONTRER À CHACUN DES GROUPES SEPT PUBLICITÉS DANS LES CATÉGORIES D'APPROCHE SUIVANTES : PUBLICITÉ-CHOC; TRISTE OU DRAMATIQUE; PUBLICITÉ INFORMATIVE; JOYEUSE OU HUMORISTIQUE; BRÈVE ET CONCISE; DOCUMENTAIRE OU TÉMOIGNAGES; PUBLICITÉ INTERACTIVE; PUBLICITÉ POSITIVE; METTANT EN VEDETTE UNE CÉLÉBRITÉ OU UN PORTE-PAROLE.

CHACQUE PUBLICITÉ SERA PRÉSENTÉE DEUX FOIS. LES PARTICIPANTS DEVRONT ÉCRIRE LEURS PREMIÈRES IMPRESSIONS POUR CHACUNE DES PUBLICITÉS. EXPLIQUER QUE CERTAINES D'ENTRE ELLES DEVRONT ÊTRE TRADUITES (VOIX HORS CHAMP) PUISQU'ELLES N'ONT PAS ÉTÉ CRÉÉES EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS. SI UNE PUBLICITÉ EST CRÉÉE PAR SANTÉ CANADA ELLE SERA ORIGINALEMENT EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS.

- Qu'avez-vous pensé du ton ou de l'approche de la publicité?
- La publicité était-elle crédible? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Que ressentez-vous après avoir vu cette publicité? Comment cela?
- Y a-t-il des éléments dans cette publicité que nous pourrions inclure dans une publicité sur la marijuana?

QUESTIONS DE SYNTHÈSE À POSER APRÈS AVOIR PRÉSENTÉ TOUTES LES PUBLICITÉS :

- Si Santé Canada ou le Gouvernement du Canada décidaient de produire des publicités vidéo pour informer la population des effets potentiels de la consommation de marijuana, selon vous, quelle approche vous interpellerait le plus? Quel type de publicité ferait en sorte que vous seriez plus ouvert à recevoir l'information sur les effets potentiels de la consommation de marijuana? Pourquoi?

LISTE DES VIDÉOS POTENTIELLES ET ROTATION DANS L'ANNEXE B

Besoin en matière de communication

PARENTS/JEUNES

- [À MAIN LEVÉE] Avez-vous discuté de la consommation de marijuana avec vos enfants ou vos parents, ou toute autre personne?

SI NON : Demander les raisons.

SI OUI :

- Comment la conversation a-t-elle débuté? Avez-vous eu une seule discussion ou plusieurs?
- De quoi avez-vous parlé?
- Selon vous, disposiez-vous de toutes les informations dont vous aviez besoin pour avoir cette conversation avec vos enfants ou vos parents?
 - SI NON : Qu'est-ce qui aurait facilité la discussion?
- La légalisation changerait-elle la façon dont vous parlez de la marijuana avec vos parents ou vos enfants?

TOUS

- [À MAIN LEVÉE] Est-ce que quelqu'un parmi vous a déjà cherché de l'information sur les effets de la consommation de marijuana ou sur la conduite sous l'influence de marijuana?
 - Où avez-vous trouvé de l'information?
 - Est-ce que vous avez trouvé ce que vous cherchiez? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Où recherchiez-vous de l'information sur les risques pour la santé et la sécurité de la marijuana et la conduite sous l'influence de cette drogue? Explorer les autres options que la recherche sur Google et les sources plus précises.
- Quelles informations aimeriez-vous connaître sur les risques et les effets de la consommation de marijuana et de la conduite sous l'influence de la marijuana?
- Quel serait le meilleur moyen de vous présenter de l'information concernant les risques de la consommation de marijuana pour la santé et la sécurité? (Explorer les sources : publicités télévisées; publicités sur Internet; vidéos YouTube; plateformes de médias sociaux; sites Web; affiches, brochures et dépliants distribués dans les écoles ou les cabinets de médecins; autres)

Conclusion

L'ANIMATEUR VÉRIFIE SI LES OBSERVATEURS ONT DES QUESTIONS ET EXPLORE LES AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT.

- Voilà qui met fin aux sujets que nous devons aborder ce soir. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de venir et de partager vos opinions. Vos commentaires sont très importants.
- Nous rappelons aux membres du premier groupe de réserver leurs commentaires afin de ne pas influencer les membres du deuxième groupe.

Annexe A : Énoncés

Énoncés sur les risques pour la santé et la sécurité de la marijuana

1. La marijuana altère l'attention, la mémoire, le temps de réaction, la prise de décisions, le jugement et le bon fonctionnement du cerveau.
2. La consommation régulière de la marijuana, particulièrement chez les adolescents et les jeunes adultes, peut augmenter les risques de vivre un épisode psychotique ou de devenir schizophrène. Ce risque est encore plus grand lorsqu'un membre de la famille présente des antécédents de ces maladies.
3. La consommation de marijuana peut accélérer l'apparition d'une psychose ou de la schizophrénie chez les personnes vulnérables.
4. La consommation de marijuana altère l'attention et la mémoire et peut nuire à la qualité des travaux scolaires. Certaines études laissent croire que la consommation de marijuana peut avoir un impact sur le QI, particulièrement si la consommation débute à l'adolescence, est régulière et se poursuit pendant plusieurs années.
5. La consommation de marijuana, en particulier la consommation quotidienne, augmente les risques de développer une dépendance.
6. Une personne sur dix qui consomme de la marijuana en deviendra dépendante. Les personnes qui consomment dès l'adolescence ont une chance sur six d'en devenir dépendantes.
7. On ne peut dire avec certitude que tous les dangers liés à la consommation régulière de marijuana s'estompent avec le temps. Certains dangers peuvent ne pas s'estomper, surtout si la consommation se fait dès l'adolescence, est régulière et persiste au fil du temps.
8. Les effets, les risques et les dangers de la marijuana dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont l'âge de début de la consommation, la quantité consommée, la puissance, la fréquence et la durée de consommation.
9. La légalisation de la marijuana au Canada ne rend pas sa consommation sans danger ou sécuritaire. Toutes les drogues, peu importe le type, peuvent engendrer des risques pour la santé et la sécurité.
10. La fumée de marijuana contient plusieurs substances cancérigènes qu'on retrouve également dans la fumée de tabac.

Énoncés concernant la conduite sous l'influence de la marijuana

1. La consommation de marijuana peut augmenter, voire doubler, les risques d'avoir un accident de voiture.
2. La consommation de marijuana nuit à votre aptitude à conduire une voiture ou un véhicule.
3. Le fait de consommer de la marijuana sur une base régulière n'augmente pas votre aptitude à conduire après avoir consommé.
4. Plus le taux de THC est élevé dans votre sang, plus votre aptitude à conduire diminue.
5. La marijuana altère la coordination et le temps de réaction et peut nuire à votre aptitude à conduire.
6. Le fait de combiner la consommation d'alcool à la consommation de marijuana augmente les risques d'avoir un accident de voiture.

Annexe B : Rotation des vidéos

Le tableau montre quelles vidéos/publicités ont été présentées aux participants selon leur ville, jour et groupe.

Ville	Jour	Groupe	Approche	Publicité
Toronto	A	Jeunes adultes 19-24	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
		Adultes 25+	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
Toronto	B	Parents de jeunes 13-15	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I

		Parents de jeunes 16-18	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
Toronto	C	Jeunes 13-15	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
	Jeunes 16-18	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I	
		Publicité informative	Publicité informative II	
		Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II	
		Brève et concise	Brève et concise II	
		Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II	
		Publicité interactive	Publicité interactive II	
		Positive	Positive I	
Vancouver	A	Jeunes adultes 19-24	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II

Vancouver B			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
		Adultes 25+	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
		Parents de jeunes 13-15	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
Brève et concise	Brève et concise II			
Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II			
Publicité interactive	Publicité interactive II			
Positive	Positive I			
Parents de jeunes 16-18	Publicité-choc	Publicité-choc I		
	Publicité informative	Publicité informative I		
	Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I		
	Brève et concise	Brève et concise I		
	Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I		
	Publicité interactive	Publicité interactive I		
	Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I		

Vancouver	C	Jeunes 13-15	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
		Jeunes 16-18	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
Halifax	A	Jeunes adultes 19-24	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
		Adultes 25+	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II

			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
Halifax	B	Parents de jeunes 13-15	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
	Parents de jeunes 16-18	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I	
		Publicité informative	Publicité informative II	
		Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II	
		Brève et concise	Brève et concise II	
		Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II	
		Publicité interactive	Publicité interactive II	
		Positive	Positive I	
Halifax	C	Jeunes 13-15	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I

		Jeunes 16-18	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
Montréal	A	Jeunes adultes 19-24	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
			Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
	Adultes 25+	Publicité-choc	Publicité-choc I	
		Publicité informative	Publicité informative I	
		Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I	
		Brève et concise	Brève et concise I	
		Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I	
		Publicité interactive	Publicité interactive I	
		Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I	
Montréal	B	Parents de jeunes 13-15	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II

Montréal	C		Brève et concise	Brève et concise II
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II
			Publicité interactive	Publicité interactive II
			Positive	Positive I
		Parents de jeunes 16-18	Publicité-choc	Publicité-choc I
			Publicité informative	Publicité informative I
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique I
			Brève et concise	Brève et concise I
			Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I
			Publicité interactive	Publicité interactive I
			Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I
		Jeunes 13-15	Triste ou dramatique	Triste ou dramatique I
			Publicité informative	Publicité informative II
			Joyeuse ou humoristique	Joyeuse ou humoristique II
Brève et concise	Brève et concise II			
Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages II			
Publicité interactive	Publicité interactive II			
Positive	Positive I			
Jeunes 16-18	Publicité-choc		Publicité-choc I	
	Publicité informative		Publicité informative I	
	Joyeuse ou humoristique		Joyeuse ou humoristique I	
	Brève et concise	Brève et concise I		
	Documentaire ou témoignages	Documentaire ou témoignages I		
	Publicité interactive	Publicité interactive I		
	Célébrités ou porte-parole	Célébrités ou porte-parole I		

Anglais

Introduction

Moderator introduces herself/himself and her/his role: role of moderator is to ask questions, make sure everyone has a chance to express themselves, keep track of the time, be objective/no special interest

- The name of the firm the moderator works for, and the type of firm that employs them (i.e. an independent marketing research firm).
- The research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting: Explore the topic of recreational marijuana used, not for medical purpose. In other words, that is only used for the purposes of getting high and/or for pleasure and not for the treatment of disease or illness or helping with of symptoms associated with disease or illness.
- Role of participants: speak openly and frankly about opinions, remember that there are no wrong answers and no need to agree with each other.
- Results are confidential and reported all together/individuals are not identified/participation is voluntary. If there are any concerns about the confidentiality around marijuana still being an illegal substance and their own usage of it: emphasize on how the results are analyzed and kept confidential.
- The length of the session (2 hours).
- The presence of any observers, their role and purpose, and the means of observation (one-way mirror, teleconference/webstreaming; colleagues viewing in the back room and listening in remotely).
- The presence and purpose of any recording being made of the session (audio and video taping of the discussion).
- Turn off cell phones for the duration of the discussion.

Moderator will go around the table and ask participants to introduce themselves.

Exploratory

- [HANDS UP] How many of you have heard/read or seen news or information about the potential legalization of marijuana in Canada?
 - What have you heard?
 - What benefits and drawbacks do you see to legalization?
- All: Why do you think people your age use marijuana? What do you think about your peers using marijuana? Adults: Why do you think teens use marijuana?
- What health and safety risks (if any) are there from using marijuana?
 - Are there any factors that affect the health and safety risks? What would they be? (If needed, give examples such as time after consuming, age, regular vs not regular user)
 - Are these long-term or short-term effects/risks? Why do you say that? What concerns (if any) do you have about marijuana?

- To the best of your knowledge, are there benefits (if any) from using marijuana? What are they?
- Do you think the health and safety risks and the benefits are different by age group such as for the adults (24+), young adults (19-24) and youth (13-18)? Why?
- Would legalization change the way you think about marijuana?
- When marijuana is legalized in Canada, do you think that people will use marijuana more or less than they currently do? Why do you think that? Let's say marijuana is legal in Canada and you are in a social environment/setting (youth/young adults: such as a "party") and some people around you are using marijuana, what would your reaction be? How would you feel?
- Do you think teens' access of marijuana will increase, decrease or stay the same? Do you think teen's use of marijuana will increase, decrease or stay the same? Why do you think that?
 - Do you think it would be different for adults? Why?

Let's talk about driving while under the influence of marijuana for a couple of minutes...

- [HANDS UP] Do you know someone who has recently driven/operated a vehicle while under the influence of marijuana OR know someone who has recently been a passenger in a vehicle where the driver was under the influence of marijuana? Do you think it's ok? Why?
- How does driving while under the influence of marijuana compare to driving while under the influence of alcohol? How are the effects different?
- How are they the same? Do you think it is either more or less dangerous than the other? Are the dangers different? Why do you say that?
- As far as you know, is it safe to drive a vehicle after using marijuana? How long after using marijuana is it safe to drive?
- Do you think there are legal ramifications/consequences of driving while under the influence of marijuana - are they more or less severe than driving under the influence of alcohol?
- Do you know of any ways that can be used at the roadside to detect marijuana impairment?

Statements

I am going to pass out a sheet with some statements. Please feel free to mark it up. I would ask that you put a "✓" beside any word/phrases/elements that you like, an "X" beside any word/phrases/elements that you don't like, a "?" beside anything that is confusing or unclear and circle any information that is new to you.

ROTATE STATEMENTS CATEGORIES AND MAKE SURE ALL STATEMENTS ARE DISCUSSED IN EACH GROUP

MODERATOR TO PROBE:

- Which statement really stood out for you? Did any statements have a stronger impact than others?
- What did you like/put a "√" beside? What did you like about it?
- What did you dislike/put a "X" beside? What didn't you like about it?
- Was anything confusing or unclear/put a "?" beside? Before today, had you heard this information? What information is new?
- Is it credible? Believable? Why or why not?
- Are the statements relevant to you? Which ones are the most relevant?
- Would the statements motivate you to take action? Why or why not? What type of actions (talk to someone, talk to kids/parents, look for more information ...)?
- What do you think about the tone of the statements?

We will now repeat the same exercise with another list of statements. Please again feel free to mark it up. I would ask that you put a "√" beside any word/phrases/elements that you like, an "X" beside any word/phrases/elements that you don't like, a "?" beside anything that is confusing or unclear and circle any new information that is new to you.

LIST OF STATEMENTS IN APPENDIX A

Video ADS

Now, I'd like to show you a few television/video ads. You will see that the approach taken to deliver the message in these ads varies. These have been selected deliberately because I would like to understand what you think of the different approaches, particularly as it relates to the tone, style, impact and feel of the ad. It is important for you to understand that in most cases, these ads may be about a topic other than marijuana, so I want you to really focus on the approach/tone of the ad and not the message of the ad.

MODERATOR TO SHOW EACH GROUP A SELECTION OF 7 ADS FROM THE FOLLOWING APPROACH CATEGORIES (HARD HITTING; SAD/DRAMA; INFORMATIVE; BUBBLY/HUMOROUS; SHORT/SWEET; DOCUMENTARY/TESTIMONIALS; INTERACTIVE; POSITIVE AND CELEBRITY/SPOKESPERSON). EACH AD WILL BE PLAYED TWICE. PARTICIPANTS WILL BE ASKED TO WRITE DOWN THEIR FIRST IMPRESSIONS OF THE AD. EXPLAIN THAT SOME OF THE ADS HAD TO BE TRANSLATED (voice over) SINCE ORIGINALLY THEY WERE NOT IN BOTH LANGUAGES; IF AN AD IS CREATED BY HEALTH CANADA IT WOULD BE IN FRENCH AND ENGLISH.

- What did you think about the tone/approach of the ad?
- Was it credible /believable? Why or why not?
- How did the ad make you feel? How so?
- Is there anything we could take from this ad to apply it to a marijuana ad?

WRAP-UP QUESTIONS AFTER ALL ADS ARE PLAYED:

- If Health Canada/the Government of Canada is interested in producing video ads that educate about the potential effects of using marijuana, which approach do you think would most likely resonate with you? What kind of ad would make you more likely to hear information of the potential effects of using marijuana? Why do you say that?

LIST OF VIDEOS AND ROTATION IN APPENDIX B

Communications Needs

PARENTS/YOUTH

- [HANDS UP] Have you discussed marijuana use with your kids/parents or anyone else?
IF NO: Prompt reasons why not
IF YES:
 - How was the conversation started? Did you have one or multiple conversations?
 - What was discussed?
 - Did you feel you had the information you needed to have the conversation with your kids/parents?
- IF NOT: What would have helped facilitate that discussion?
 - Would legalization change the way you talk about marijuana with your kids/parents?

ALL

- [HANDS UP] Have any of you ever looked for information on the effects of using marijuana and/or marijuana-impaired driving?
 - Where did you go for information?
 - Were you able to find what you were looking for? Why or why not?
- Where would you seek information on the health and safety risks of marijuana, and marijuana-impaired driving? Probe for more than a Google search, more specific sources.
- What information would you like to know about the risks and effects of marijuana and marijuana-impaired driving?
- What is the best way to reach you with information about the health and safety risks of using marijuana? (Probe: TV ads; Internet ads; YouTube videos; social media platforms; information on a website; posters/brochures/pamphlets distributed at school or doctor's offices; other)

Wrap-Up

MODERATOR TO CHECK IN THE BACK ROOM AND PROBE ON ANY ADDITIONAL AREAS OF INTEREST.

- This concludes what we needed to cover tonight. We really appreciate you taking the time to come down here to share your views. Your input is very important.
- Reminder to those in the first group about reserving comments so as not to influence the second group.

Appendix A: Statements

Marijuana Facts - Health and Safety

1. Marijuana impairs attention, memory, reaction time, thinking, decision-making, judgement and the proper functioning of your brain.
2. Regularly using marijuana, especially as a teen or young adult, can increase the chances of experiencing a psychotic episode or developing schizophrenia. This risk is greatest in those who have a family history of such illnesses.
3. Marijuana use can accelerate the onset of psychosis or schizophrenia in those who are vulnerable.
4. Marijuana use impairs attention and memory and this can affect schoolwork. Some studies suggest using marijuana may harm IQ, especially if use begins during adolescence, is regular and continues for many years.
5. Using marijuana, especially on a regular basis, increases your chances of becoming addicted.
6. 1 in 10 people who use marijuana will go on to develop an addiction to it. Those who start using as teens have a 1 in 6 chance of becoming addicted.
7. It's not clear if all of the harms of regular marijuana use recover with time. Some may not, especially if use begins in the teenage years, is regular and persists over time.
8. The harms of marijuana depend on a number of factors: age when use begins, the amount used, the potency, the frequency and duration of use all have an impact on the effects, the risks and the harms.
9. Just because marijuana will be legalized in Canada it does not make it harmless or safe. All drugs carry risks to health and safety.
10. Marijuana smoke contains many of the same carcinogens as tobacco smoke.

Marijuana Facts - Impaired Driving

1. Using marijuana can increase, and possibly double, your chances of having a car accident.
2. Marijuana impairs your ability to drive a car/vehicle.
3. Using marijuana often, does not prevent you from driving impaired after using.
4. The higher the levels of THC in the blood, the greater the chances your ability to drive is impaired.
5. Marijuana impairs your coordination and reaction time and can harm your ability to drive.
6. Combining alcohol with marijuana greatly increases the risks of having a car accident.

Appendix B: Video Rotation

The table shows which videos/ads were presented to the participants according to the city, day and group

City	Day	Group	Approach	Ad
Toronto	Day A	Young adults 19-24	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
		Adults 25+	Sad/drama	Sad/Drama I
			Informative	Informative II
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
			Short & sweet	Short & Sweet II
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
			Interactive	Interactive II
			Positive	Positive I
Toronto	Day B	Parents of kids 13-15	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
		Parents of kids 16-18	Sad/drama	Sad/Drama I
			Informative	Informative II
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
			Short & sweet	Short & Sweet II
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
			Interactive	Interactive II
			Positive	Positive I
Toronto	Day C	Youth 13-15	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I

			Short & sweet	Short & Sweet I		
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I		
			Interactive	Interactive I		
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I		
		Youth 16-18			Sad/drama	Sad/Drama I
					Informative	Informative II
					Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
					Short & sweet	Short & Sweet II
					Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
					Interactive	Interactive II
					Positive	Positive I
		Vancouver	Day A	Young adults 19-24	Sad/drama	Sad/Drama I
					Informative	Informative II
Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II					
Short & sweet	Short & Sweet II					
Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II					
Interactive	Interactive II					
Positive	Positive I					
Adults 25+					Hard hitting	Hard Hitting I
					Informative	Informative I
					Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
					Short & sweet	Short & Sweet I
					Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
					Interactive	Interactive I
Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I					
Vancouver	Day B	Parents of kids 13-15	Sad/drama	Sad/Drama I		
			Informative	Informative II		
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II		
			Short & sweet	Short & Sweet II		
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II		
			Interactive	Interactive II		
			Positive	Positive I		
		Parents of kids 16-18			Hard hitting	Hard Hitting I
					Informative	Informative I
					Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
					Short & sweet	Short & Sweet I

			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
Vancouver	Day C	Youth 13-15	Sad/drama	Sad/Drama I
			Informative	Informative II
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
			Short & sweet	Short & Sweet II
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
			Interactive	Interactive II
			Positive	Positive I
	Youth 16-18	Hard hitting	Hard Hitting I	
		Informative	Informative I	
		Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I	
		Short & sweet	Short & Sweet I	
		Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I	
		Interactive	Interactive I	
		Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I	
Halifax	Day A	Young adults 19-24	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
	Adults 25+	Sad/drama	Sad/Drama I	
		Informative	Informative II	
		Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II	
		Short & sweet	Short & Sweet II	
		Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II	
		Interactive	Interactive II	
		Positive	Positive I	
Halifax	Day B	Parents of kids 13-15	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I

			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I	
			Interactive	Interactive I	
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I	
		Parents of kids 16-18		Sad/drama	Sad/Drama I
				Informative	Informative II
				Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
				Short & sweet	Short & Sweet II
				Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
				Interactive	Interactive II
				Positive	Positive I
Halifax	Day C	Youth 13-15	Hard hitting	Hard Hitting I	
			Informative	Informative I	
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I	
			Short & sweet	Short & Sweet I	
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I	
			Interactive	Interactive I	
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I	
		Youth 16-18		Sad/drama	Sad/Drama I
				Informative	Informative II
				Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
				Short & sweet	Short & Sweet II
				Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
				Interactive	Interactive II
				Positive	Positive I
Montreal	Day A	Young adults 19-24	Sad/drama	Sad/Drama I	
			Informative	Informative II	
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II	
			Short & sweet	Short & Sweet II	
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II	
			Interactive	Interactive II	
			Positive	Positive I	
		Adults 25+		Hard hitting	Hard Hitting I
				Informative	Informative I
				Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
				Short & sweet	Short & Sweet I

			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
Montreal	Day B	Parents of kids 13-15	Sad/drama	Sad/Drama I
			Informative	Informative II
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
			Short & sweet	Short & Sweet II
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
			Interactive	Interactive II
			Positive	Positive I
		Parents of kids 16-18	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I
Montreal	Day C	Youth 13-15	Sad/drama	Sad/Drama I
			Informative	Informative II
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous II
			Short & sweet	Short & Sweet II
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials II
			Interactive	Interactive II
			Positive	Positive I
		Youth 16-18	Hard hitting	Hard Hitting I
			Informative	Informative I
			Bubbly/humorous	Bubbly/Humorous I
			Short & sweet	Short & Sweet I
			Documentary/Testimonials	Documentary/Testimonials I
			Interactive	Interactive I
			Celebrity/Spokes	Celebrity/Spokes I

Annexe B : Questionnaire de recrutement

Français

Le tableau montre pour chacune des villes, la date, l'heure, le groupe cible et la compensation financière de chaque group de discussion.

Ville/date/groupe	Compensation financière/heure
TORONTO Lundi 20 juin 2016 Groupe 1 : Jeunes adultes de 19 à 24 ans Groupe 2 : Adultes de 25 ans et plus	Compensation financière : 100 \$ 18 h 20 h
TORONTO Mardi 21 juin 2016 Groupe 3 : Parents/tuteurs de jeunes de 13 à 15 ans Groupe 4 : Parents/tuteurs de jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 18 h 20 h
VANCOUVER Mardi 21 juin 2016 Groupe 1 : Jeunes adultes de 19 à 24 ans Groupe 2 : Adultes de 25 ans et plus	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
TORONTO mercredi 22 juin 2016 Groupe 5 : Jeunes de 13 à 15 ans Groupe 6 : Jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 18 h 20 h
VANCOUVER mercredi 22 juin 2016 Groupe 3 : Parents/tuteurs de jeunes de 13 à 15 ans Groupe 4 : Parents/tuteurs de jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
VANCOUVER Jeudi 23 juin 2016 Groupe 5 : Jeunes de 13 à 15 ans Groupe 6 : Jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
HALIFAX Lundi 27 juin 2016 Groupe 1 : Jeunes adultes de 19 à 24 ans Groupe 2 : Adultes de 25 ans et plus	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
MONTRÉAL Lundi 27 juin 2016 Groupe 1 : Jeunes adultes de 19 à 24 ans Groupe 2 : Adultes de 25 ans et plus	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
HALIFAX Mardi 28 juin 2016 Groupe 3 : Parents/tuteurs de jeunes de 13 à 15 ans Groupe 4 : Parents/tuteurs de jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30

MONTRÉAL Mardi 28 juin 2016 Groupe 3 : Parents/tuteurs de jeunes de 13 à 15 ans Groupe 4 : Parents/tuteurs de jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
HALIFAX mercredi 29 juin 2016 Groupe 5 : Jeunes de 13 à 15 ans Groupe 6 : Jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30
MONTRÉAL mercredi 29 juin 2016 Groupe 5 : Jeunes de 13 à 15 ans Groupe 6 : Jeunes de 16 à 18 ans	Compensation financière : 100 \$ 17 h 30 19 h 30

Nom du répondant :

No de téléphone du répondant : (maison)

No de téléphone du répondant : (travail)

No de télécopieur du répondant :

Courriel du répondant :

Source de l'échantillon : panel aléatoire référence du client

Intervieweur :

Date :

Validé :

Fichiers centraux :

Listes :

Quotas :

Bonjour/Hello, je m'appelle et je vous téléphone de la part d'Earnscliffe Strategy Group, une firme professionnelle de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada au sujet d'enjeux d'importance pour les Canadiens. Nous recherchons des personnes prêtes à prendre part à une séance de discussion en groupe de 2 heures environ. Nous cherchons à recruter jusqu'à 10 participants, auxquels nous remettons une [somme de 100 \$ (pour groupes 1-4); carte-cadeau d'une valeur de 100 \$ (pour groupes 5-6)] pour les remercier de leur temps. Puis-je poursuivre?

- Oui CONTINUEZ
- Non REMERCIEZ ET TERMINEZ

La participation est volontaire. Nous désirons connaître votre opinion. Nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ou de vous faire changer d'avis. La discussion se déroulera sous forme de table ronde et sera animée par un professionnel de la recherche. Tous les commentaires émis demeureront anonymes et seront regroupés avec ceux des autres participants afin de nous assurer qu'ils ne sont pas associés à une personne en particulier. J'aimerais maintenant vous poser quelques questions afin de voir si un

membre de votre ménage ou vous-même répondez aux critères de cette étude. Il vous faudra environ 3 minutes pour y répondre. Puis-je poursuivre?

- Oui CONTINUEZ
- Non REMERCIEZ ET TERMINEZ

LISEZ À TOUS : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. » **CLARIFICATIONS SUPPLÉMENTAIRES AU BESOIN** :

- Pour s'assurer que je (l'intervieweur) lis les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision;
- Pour évaluer mon rendement (le rendement de l'intervieweur);
- Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. évaluation de la programmation et de la méthodologie de l'ITAO - pour s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche - comme un prétest);
- Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

S1. Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, travaillez...?

Le tableau montre une liste de catégories d'emploi ainsi qu'une colonne pour Oui et un autre pour Non.

Catégories d'emploi	Oui	Non
Pour une firme de recherche marketing	1	2
Pour un magazine ou un journal en ligne ou imprimé	1	2
Pour une chaîne de radio ou de télévision	1	2
Pour une firme de relations publiques	1	2
Pour une agence de publicité ou de graphisme	1	2
Pour un média en ligne ou comme auteur(e) d'un blogue	1	2
Pour les gouvernements fédéral, provincial ou municipal	1	2
Dans le domaine de la pharmacothérapie	1	2
Dans le domaine du maintien de l'ordre	1	2

SI OUI À L'UNE DE CES OPTIONS, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

S2. NE DEMANDEZ PAS -- NOTEZ LE SEXE

Homme

Femme

1 BONNE DIVERSITÉ

S3. Êtes-vous un citoyen canadien d'au moins 19 ans qui réside normalement dans la région de [INSÉREZ LE NOM DE LA VILLE]?

- Oui CONTINUEZ
- Non REMERCIEZ ET TERMINEZ

S4. [POUR LES SÉANCES À VANCOUVER] : Dans quel secteur du Lower Mainland habitez-vous?

Vancouver Nord

Vancouver Ouest

La ville de Vancouver

Tout autre secteur du Lower Mainland

1 CONTINUEZ

2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

3 REMERCIEZ ET TERMINEZ

4 CONTINUEZ

S5. Auquel des groupes d'âge suivants appartenez-vous? Avez-vous...?

BONNE DIVERSITÉ

- De 19 à 24 ans
- De 25 à 29 ans
- De 30 à 34 ans
- De 35 à 44 ans
- De 45 à 54 ans
- De 55 à 64 ans
- 65 ans et plus
- NSP/RF

1 ADMISSIBLE AU GROUPE 1, PASSEZ À S18

2 CONTINUEZ POUR GROUPE 2

3 CONTINUEZ POUR GROUPE 2, 3, ET 4

4 CONTINUEZ POUR GROUPE 2, 3, ET 4

5 CONTINUEZ POUR GROUPE 2, 3, ET 4

6 CONTINUEZ POUR GROUPE 2, 3, ET 4 (MAX 1)

7 CONTINUEZ POUR GROUPE 2, 3, ET 4 (MAX 1)

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S6. Quelle est votre situation d'emploi à l'heure actuelle?

- Travailleur(euse) à temps plein
- Travailleur(euse) à temps partiel
- Travailleur(euse) autonome

- Retraité(e)
- Sans emploi
- Étudiant(e)
- Autre
- NSP/RF

1 BONNE DIVERSITÉ

2

3

4

5

6

7

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S7. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage, c'est-à-dire le total des revenus avant impôt de toutes les personnes habitant sous votre toit? [LISEZ LA LISTE]

BONNE DIVERSITÉ

Moins de 20 000 \$

De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$

De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$

De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$

De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$

De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$

150 000 \$ et plus

NSP/RF

1 RECRUTEZ 2 DANS LA CATÉGORIE

2 MOINS DE 40 000 \$

3 RECRUTEZ 3 DANS LA CATÉGORIE

4 40 000 \$ À 80 000 \$

5 RECRUTEZ 5 DANS LA CATÉGORIE

6 PLUS DE 80 000 \$

7

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S8. Pourriez-vous me dire quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

Études secondaires non terminées

Études secondaires terminées

Études collégiales/universitaires non terminées

Études collégiales/universitaires terminées

Études supérieures
NSP/RF

1 BONNE DIVERSITÉ

2

3

4

5

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S9. Êtes-vous le parent ou le tuteur/la tutrice d'un enfant âgé de 13 à 18 ans qui habite sous votre toit au moins la moitié du temps?

- Oui
- Non

1 CONTINUEZ POUR GROUPES 3, 4, 5, ET 6

2 CONTINUEZ POUR GROUPE 2 (PASSEZ À S18)

S10. Prenez-vous régulièrement part aux décisions qui touchent la santé et la sécurité de votre enfant?

- Oui
- Non

1 CONTINUEZ POUR GROUPES 3, 4, 5 ET 6

2 DEMANDEZ DE PARLER À LA PERSONNE QUI PREND LES DÉCISIONS --
SINON, REMERCIEZ ET TERMINEZ

AUX PARENTS DE JEUNES DE 13 À 18 ANS :

SI VOUS RECRUTEZ UN JEUNE : CONTINUEZ

**SI VOUS RECRUTEZ UN PARENT : PASSEZ À LA SÉLECTION DES
PARENTS (S18)**

**NOTE : IL NE FAUT PAS RECRUTER UN JEUNE ET UN PARENT DU MÊME
MÉNAGE.**

Dans le cadre de cette étude, nous menons aussi des séances de discussions auprès de jeunes âgés de 13 à 18 ans.

S11. Nous aimerions inviter votre enfant/l'un de vos enfants à participer à la discussion. Si vous acceptez que votre enfant participe à la discussion, serait-il/serait-elle libre le [INSÉREZ LA DATE] à [HEURE]? La discussion durera environ 2 heures et en guise de remerciement pour le temps que votre enfant nous aura accordé, nous lui remettrons une carte-cadeau de 100 \$. Nous menons ces séances pour le compte de Santé Canada dans le

but d'aider le ministère à explorer le sujet des jeunes et de la marijuana à usage récréatif, à des fins non médicales. Durant la discussion, nous chercherons à obtenir l'opinion des jeunes sur différents messages relatifs aux effets nocifs/sur la santé de l'usage de la marijuana. Veuillez noter qu'il n'est pas dans notre intention de poser des questions sur leur propre usage de drogues, mais il est possible que la question soit soulevée dans le cadre de la discussion. Toutes les opinions exprimées resteront anonymes et les points de vue seront regroupés pour s'assurer qu'aucun individu ne peut être identifié. Nous demanderons à votre jeune de nous remettre votre consentement écrit lorsqu'il se présentera au groupe. Votre enfant est-il disponible le [INSÉREZ LA DATE] à [HEURE] pour participer à la discussion?

- Oui
- Non

1 CONTINUEZ

2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S12. L'enfant qui pourrait prendre part à la séance est-il un garçon ou une fille?

- Garçon
- Fille

1 RECRUTEZ 50/50

2

S13. Quel âge a l'enfant qui serait susceptible de participer?

- Moins de 13 ans
- 13 ans
- 14 ans
- 15 ans
- 16 ans
- 17 ans
- 18 ans
- Autre

1 REMERCIEZ ET TERMINEZ

2

3

4

5

6

7

8 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S14. Afin d'assurer la diversité des jeunes qui participeront aux séances, nous devons leur poser quelques questions pour vérifier leur admissibilité. Si c'est un bon moment, pourrais-je parler à votre fils ou à votre fille maintenant?

- Oui
- Oui, mais il/elle n'est pas disponible
- Non

1 ATTENDEZ DE PARLER AVEC LE JEUNE

2 FIXEZ UN RENDEZ-VOUS

3 REMERCIEZ ET TERMINEZ

AU JEUNE :

Bonjour, je m'appelle. Je te téléphone de la part d'Earnscliffe Strategy Group, une firme professionnelle de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion à propos d'enjeux concernant les jeunes et les drogues pour le compte de Santé Canada (gouvernement du Canada). Jusqu'à 10 jeunes prendront part à la discussion et, en guise de remerciement pour le temps qu'ils nous auront accordé, ils recevront une carte-cadeau de 100 \$. Toutefois, avant de t'inviter à te joindre à nous, j'aimerais te poser quelques questions pour m'assurer de la diversité du groupe. Puis-je te poser quelques questions?

- Oui CONTINUEZ
- Non REMERCIEZ ET TERMINEZ

S16. Quel âge as-tu?

- 13 ans
- 14 ans
- 15 ans
- 16 ans
- 17 ans
- 18 ans

1 CONTINUEZ POUR GROUPE 5, BONNE DIVERSITÉ

2

3

4 CONTINUEZ POUR GROUPE 6, BONNE DIVERSITÉ

5

6

S17. Lors des groupes de discussion, il nous arrive également de demander aux participants d'écrire leurs réponses, de lire des documents ou de visionner des publicités télévisées. Y a-t-il une raison qui t'empêcherait de participer? [LISEZ AU BESOIN : Je

t'assure que tout ce que tu écriras et tout ce que tu diras lors des groupes demeurera confidentiel.]

- Oui REMERCIEZ ET TERMINEZ
- Non CONTINUEZ

[NOTE À L'INTERVIEWEUR : TERMINEZ SI LE RÉPONDANT DONNE UNE RAISON COMME UN PROBLÈME DE L'OUÏE, DE LA VUE, DE LANGUE ÉCRITE OU PARLÉE, UNE PRÉOCCUPATION À NE PAS POUVOIR COMMUNIQUER EFFICACEMENT OU SI VOUS AVEZ UN DOUTE.]

SI LE JEUNE EST ADMISSIBLE, PASSEZ AUX ENJEUX RELATIFS À LA CONFIDENTIALITÉ.

NOTE : IL NE FAUT PAS RECRUTER UN JEUNE ET UN PARENT DU MÊME MÉNAGE.

SÉLECTIONS DES ADULTES/PARENTS (19 ans et plus)

S18. Avez-vous déjà participé à une séance de discussion en groupe? Ces séances réunissent des gens afin de connaître leur opinion sur un sujet donné.

- Oui
- Non
- NSP/RF

1 (MAX 1/3 PAR GROUPE)

2 PASSEZ À S22

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S19. Il y a combien de temps de cela?

- Si dans les 6 derniers mois
- S'il y a plus de 6 mois
- NSP/RF

1 REMERCIEZ ET TERMINEZ

2 CONTINUEZ

9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S20. À combien de séances de discussion en groupe avez-vous assisté au cours des 5 dernières années?

- Si 4 ou moins
- Si 5 ou plus
- NSP/RF

1 CONTINUEZ
2 REMERCIEZ ET TERMINEZ
9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S21. Et quels étaient les principaux sujets traités lors de ces séances?

SI SUJETS LIÉS À LA MARIJUANA, AUX DROGUES, AUX POLITIQUES GOUVERNEMENTALES RELATIVES AUX DROGUES, REMERCIEZ ET TERMINEZ

S22. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer vos opinions devant des personnes que vous venez tout juste de rencontrer? Diriez-vous que vous êtes...?

- Très à l'aise
- Plutôt à l'aise
- À l'aise
- Pas très à l'aise
- Pas du tout à l'aise
- DK/NR

1 MINIMUM 4 PAR GROUPE
2 CONTINUEZ
3 CONTINUEZ
4 REMERCIEZ ET TERMINEZ
5 REMERCIEZ ET TERMINEZ
9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S23. Il nous arrive parfois de demander aux participants de lire un texte ou d'examiner des images durant la séance de discussion. Y a-t-il une raison qui vous empêcherait de participer?

- Oui
- Non
- NSP/RF

1 REMERCIEZ ET TERMINEZ
2 CONTINUEZ
9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

S24. La séance de discussion se tiendra le **DATE** à **HEURE** et durera 2 heures. Les participants recevront [INSÉREZ LA SOMME] pour les remercier de leur temps. Seriez-vous prêt à participer?

- Oui
- Non
- NSP/RF

- 1 RECRUTEZ
- 2 REMERCIEZ ET TERMINEZ
- 9 REMERCIEZ ET TERMINEZ

ENJEUX RELATIFS À LA CONFIDENTIALITÉ :

J'aurais maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1) Tout d'abord, nous fournirons une liste des noms et des profils (réponses au questionnaire de recrutement) des participants au personnel de l'établissement où se tiennent les entrevues et à l'animateur, afin qu'ils puissent vous inscrire. Ces renseignements ne seront pas divulgués au ministère du gouvernement du Canada qui organise cette recherche. Acceptez-vous que nous leur transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

- Oui
- Non

- 1 PASSEZ À P2
- 2 LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Malheureusement, nous devons donner votre nom et votre profil au personnel de l'établissement où se tiennent les entrevues et à l'animateur de la séance de discussion, puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. Le personnel de l'établissement et l'animateur ont besoin de ces renseignements à des fins de vérification uniquement. Soyez assuré que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. PASSEZ À P1A

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre nom et votre profil au personnel de l'établissement et à l'animateur de la séance de discussion?

- Oui
- Non

- 1 PASSEZ À P2
- 2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

P2) Il y aura un enregistrement audio ou vidéo de la séance; celui-ci servira uniquement à des fins de recherche. L'enregistrement sera uniquement utilisé par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche. L'enregistrement sera détruit lorsque le rapport sera terminé.

Acceptez-vous qu'un enregistrement audio ou vidéo de la séance soit effectué uniquement à des fins de recherche?

- Oui
- Non

1 REMERCIEZ ET PASSEZ À P3

2 LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Malheureusement, nous devons faire un enregistrement audio ou vidéo de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous fassions un enregistrement audio ou vidéo de la séance?

- Oui
- Non

1 REMERCIEZ ET PASSEZ À P3

2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

P3) Chaque mois, nous soumettons le nom des personnes qui ont participé à nos séances au Registre central de recherche qualitative de l'[Association de la recherche et de l'intelligence marketing](#). Le Registre central de recherche qualitative est une base de données centrale qui sert à vérifier la participation aux entrevues de recherches qualitatives et aux séances de discussion en groupe. Personne ne communiquera avec vous en raison de la présence de votre nom sur cette liste.

Nous permettez-vous de soumettre votre nom et votre numéro de téléphone au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM?

- Oui
- Non

1 REMERCIEZ ET PASSEZ À P4

2 PASSEZ À P3A

P3a) Malheureusement, pour que vous puissiez participer à cette séance de discussion en groupe, nous devons avoir votre permission d'ajouter votre nom au Registre central de recherche qualitative, puisqu'il s'agit du seul moyen qui nous permet d'assurer l'intégrité du processus de recherche et de faire le suivi de la participation aux recherches qualitatives. Le système est tenu à jour par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing et il est uniquement utilisé pour faire le suivi de votre participation aux recherches qualitatives (comme les séances de discussion en groupe). Personne ne communiquera avec vous en raison de la présence de votre nom sur cette liste.

Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous ajoutions votre nom au Registre central de recherche qualitative?

- Oui
- Non

1 REMERCIEZ ET PASSEZ À P4

2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

P4) Il est possible que votre participation à la séance de discussion soit observée par des membres du personnel du gouvernement du Canada, y compris ceux des services ayant commandité cette étude, ainsi que par des employés d'Earnscliffe. Il s'agit là d'une pratique courante dans le cadre des séances de discussion en groupe, qui permet aux personnes intéressées d'avoir un aperçu plus concret du processus de recherche et une connaissance de première main de vos impressions et points de vue sur le sujet à l'étude.

Acceptez-vous que ces personnes vous observent aux seules fins de cette étude?

- Oui
- Non

1 REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION

2 REMERCIEZ ET TERMINEZ

AU BESOIN, RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES POUR L'INTERVIEWEUR
:

Soyez assuré que cette information demeurera confidentielle et que seules les firmes de recherche marketing professionnelles pourront y accéder et l'utiliser pour vérifier la participation et empêcher les « répondants professionnels » de participer aux séances. Les firmes de recherche qui participent au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM ont besoin de votre autorisation pour vous permettre de participer au groupe. Cette procédure contribue à assurer l'intégrité du processus de recherche.

AU BESOIN, NOTEZ À PROPOS DE L'ARIM :

L'Association de la recherche et de l'intelligence marketing est un organisme à but non lucratif qui regroupe des professionnels de la recherche marketing travaillant dans les domaines du marketing, de la publicité et des recherches sociales et politiques. La mission de l'Association est d'être le chef de file dans la promotion de l'excellence dans la pratique du marketing et des recherches sociales ainsi que de la valeur de l'information sur les marchés.

INVITATION :

Parfait, vous répondez aux critères de participation pour l'une de nos séances de discussion en groupe. Comme je l'ai mentionné plus tôt, l'entrevue aura lieu en soirée le **[JOUR, DATE, MOIS]** à **[HEURE]**, et durera environ 2 heures.

Avez-vous un crayon à portée de la main pour prendre en note l'adresse de l'endroit où se tiendra la séance de discussion en groupe? Elle aura lieu à l'endroit suivant :

[FOURNIR LE NOM ET L'ADRESSE DE L'ÉTABLISSEMENT].

Nous vous demandons d'arriver quinze minutes avant l'heure prévue pour vous permettre de stationner votre voiture, de trouver l'endroit et de vous présenter aux personnes se trouvant à l'accueil. Il est possible que l'on vérifie votre identité avant la tenue de la séance. Par conséquent, assurez-vous d'avoir une pièce d'identité (par exemple, un permis de conduire). De plus, si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez les apporter.

Ce temps de discussion vous est réservé. C'est pourquoi si, pour une raison ou une autre, vous ne pouvez vous présenter, nous vous demandons de nous téléphoner au **[INSÉREZ NUMÉRO DE TÉLÉPHONE]**. Demandez à parler à **[INSÉREZ NOM]**. Quelqu'un communiquera avec vous la veille de la séance de discussion en groupe pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence ou pour vous informer si des changements surviennent, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées? **[LISEZ LES COORDONNÉES QUE NOUS AVONS ET MODIFIEZ-LES AU BESOIN.]**

Si le répondant refuse de donner son prénom, son nom de famille ou son numéro de téléphone, rappelez-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels, conformément aux lois sur la protection de la vie privée, et qu'ils seront uniquement utilisés pour communiquer avec lui dans le but de confirmer sa présence et de l'informer de tout changement apporté à la séance de discussion en groupe. S'il refuse tout de même, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

Anglais

The table shows for each city, the date, time, target groups and honorarium for each focus group.

City/Date/Group	Honarium/Time
TORONTO Monday, June 20, 2016 Group 1: Young adults 19-24 Group 2: Adults 25+	Honorarium: \$100 6:00 pm 8:00 pm
TORONTO Tuesday, June 21, 2016 Group 3: Parents/Caregivers of youth 13-15 Group 4: Parents/Caregivers of youth 16-18	Honorarium: \$100 6:00 pm 8:00 pm

VANCOUVER Tuesday, June 21, 2016 Group 1: Young adults 19-24 Group 2: Adults 25+	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
TORONTO Wednesday, June 22, 2016 Group 5: Youth 13-15 Group 6: Youth 16-18	Honorarium: \$100 6:00 pm 8:00 pm
VANCOUVER Wednesday, June 22, 2016 Group 3: Parents/Caregivers of youth 13-15 Group 4: Parents/Caregivers of youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
VANCOUVER Thursday, June 23, 2016 Group 5: Youth 13-15 Group 6: Youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
HALIFAX Monday, June 27, 2016 Group 1: Young adults 19-24 Group 2: Adults 25+	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
MONTREAL Monday, June 27, 2016 Group 1: Young adults 19-24 Group 2: Adults 25+	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
HALIFAX Tuesday, June 28, 2016 Group 3: Parents/Caregivers of youth 13-15 Group 4: Parents/Caregivers of youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
MONTREAL Tuesday, June 28, 2016 Group 3: Parents/Caregivers of youth 13-15 Group 4: Parents/Caregivers of youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
HALIFAX Wednesday, June 29, 2016 Group 5: Youth 13-15 Group 6: Youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm
MONTREAL Wednesday, June 29, 2016 Group 5: Youth 13-15 Group 6: Youth 16-18	Honorarium: \$100 5:30 pm 7:30 pm

Respondent's name:

Respondent's phone number: (home)

Respondent's phone number: (work)

Respondent's fax number:

Respondent's email:

Sample source: panel random client referral

Interviewer:

Date:

Validated:

Quality Central:

On list:

On quotas:

Hello/Bonjour, my name is and I'm calling on behalf of the Earncliffe Strategy Group, a national public opinion research firm. We are organizing a series of discussion groups on issues of importance to Canadians, on behalf of the Government of Canada. We are looking for people who would be willing to participate in a 2-hour discussion group. Up to 10 participants will be taking part and for their time, participants will receive an honorarium of [INSERT AMOUNT]. May I continue?

- Yes CONTINUE
- No THANK AND TERMINATE

Participation is voluntary. We are interested in hearing your opinions; no attempt will be made to sell you anything or change your point of view. The format is a 'round table' discussion led by a research professional. All opinions expressed will remain anonymous and views will be grouped together to ensure no particular individual can be identified. But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix and variety of people. May I ask you a few questions?

- Yes CONTINUE
- No THANK AND TERMINATE

READ TO ALL: "This call may be monitored or audio taped for quality control and evaluation purposes. ADDITIONAL CLARIFICATION IF NEEDED:

- To ensure that I (the interviewer) am reading the questions correctly and collecting your answers accurately;
- To assess my (the interviewer) work for performance evaluation;
- To ensure that the questionnaire is accurate/correct (i.e. evaluation of CATI programming and methodology - we're asking the right questions to meet our clients' research requirements - kind of like pre-testing)
- If the call is audio taped, it is only for the purposes of playback to the interviewer for a performance evaluation immediately after the interview is conducted or it can be used by the Project Manager/client to evaluate the questionnaire if they are unavailable at the time of the interview - all audio tapes are destroyed after the evaluation.

S1. Do you or any member of your household work for...

The table shows a list of work categories and a Yes and a No columns.

Work Categories	Yes	No
A marketing research firm	1	2
A magazine or newspaper, online or print	1	2
A radio or television station	1	2
A public relations company	1	2
An advertising agency or graphic design firm	1	2

An online media company or as a blog writer	1	2
The government, whether federal, provincial or municipal	1	2
The field of drug treatment	1	2
Law enforcement	1	2

S2. DO NOT ASK - NOTE GENDER

- Male
- Female

1 ENSURE GOOD MIX

2

S3. Are you a Canadian citizen at least 19 years old who normally resides in the [INSERT CITY] area?

- Yes CONTINUE
- No THANK AND TERMINATE

S4. [FOR VANCOUVER SESSIONS]: What part of the Lower Mainland do you live in?

- North Vancouver
- West Vancouver
- City of Vancouver
- Any other part of the Lower Mainland

1 CONTINUE

2 THANK AND TERMINATE

3 THANK AND TERMINATE

4 CONTINUE

S5. Could you please tell me which of the following age categories you fall in to? Are you...

ENSURE GOOD MIX

- 19-24 years
- 25-29 years
- 30-34 years
- 35-44 years
- 45-54 years
- 55-64 years
- 65+ years
- DK/NR

1 QUALIFIES FOR YOUNG ADULT, SKIP TO S18
2 CONTINUE FOR ADULT 25+
3 CONTINUE FOR ADULT 25+ & PARENT
4 CONTINUE FOR ADULT 25+ & PARENT
5 CONTINUE FOR ADULT 25+ & PARENT
6 CONTINUE FOR ADULT 25+ & PARENT (MAX 1)
7 CONTINUE FOR ADULT 25+ & PARENT (MAX 1)
9 THANK AND TERMINATE

S6. What is your current employment status?

- Working full-time
- Working part-time
- Self-employed
- Retired
- Unemployed
- Student
- Other
- DK/NR

1 ENSURE GOOD MIX
2
3
4
5
6
7
9 THANK AND TERMINATE

S7. Which of the following categories best describes your total household income? That is, the total income of all persons in your household combined, before taxes [READ LIST]?

Under \$20,000
\$20,000 to under \$40,000
\$40,000 to under \$60,000
\$60,000 to under \$80,000
\$80,000 to under \$100,000
\$100,000 to under \$150,000
\$150,000 or more
DK/NR

ENSURE GOOD MIX

1 RECRUIT 2 FROM \$40K AND BELOW
2

3 RECRUIT 3 FROM \$40K-\$80K

4

5 RECRUIT 5 FROM \$80K+

6

7

9 THANK AND TERMINATE

S8. What is the last level of education that you have completed?

- Some high school only
- Completed high school
- Some college/university
- Completed college/university
- Post-graduate studies
- DK/NR

1 ENSURE GOOD MIX

2

3

4

5

9 THANK AND TERMINATE

S9. Are you a parent or guardian of a child between the ages of 13 and 18, who lives with you at least half the time?

- Yes
- No

1 CONTINUE FOR PARENT & YOUTH

2 CONTINUE FOR ADULT 25+ (SKIP TO S18)

S10. Are you regularly involved in decisions that relate to the health and safety of your child?

- Yes
- No

1 CONTINUE FOR PARENT & YOUTH

2 ASK TO SPEAK WITH DECISION-MAKER OTHERWISE, THANK AND TERMINATE

TO PARENTS OF YOUTH 13-18:

IF RECRUITING YOUTH: CONTINUE

IF RECRUITING PARENT: SKIP TO PARENT SCREENING (S18)

)

NOTE: DO NOT RECRUIT YOUTH AND PARENT FROM SAME HOUSEHOLD

As part of this study, we are also conducting discussion groups among youth between the ages of 13 and 18.

S11. With your permission, we would like to invite your child to attend a discussion on [INSERT DATE] at [TIME]? It will last 2 hours and your child will receive [a \$100 gift card] for their time. These groups are being conducted on behalf of Health Canada to help them explore the topic of youth and recreational marijuana, or marijuana for non-medical purposes. The discussion will focus on their opinions on different messages about the potential harms/health effects of marijuana use. Please note, while it is not our intention to ask any questions about their own possible drug use, the subject however may come up as part of the discussion. All opinions expressed will remain anonymous and views will be grouped together to ensure no particular individual can be identified. Your written consent for your child to participate in the focus group will be required upon arrival. Would your child be available to attend on [INSERT DATE] at [TIME]?

- Yes
- No

1 CONTINUE

2 THANK AND TERMINATE

S12. Is the child who would be participating a boy or a girl

- Male
- Female

1 AIM FOR 50/50 SPLIT

2

S13. What is the age of the child who would be participating?

- Less than 13
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- Other

1 THANK AND TERMINATE

1
2
3
4
5
6

7 THANK AND TERMINATE

S14. In order to ensure we have a mix of youth participants in the room, we need to ask them some qualifying questions. May we speak with your son or daughter if it is convenient to speak with them now?

- Yes
- Yes, but they are not available now
- No

1 WAIT TO SPEAK TO YOUTH

2 RESCHEDULE

3 THANK AND TERMINATE

TO YOUTH:

Hello, my name is and I'm calling on behalf of the Earnscliffe Strategy Group, a national public opinion research firm. We are organizing a series of discussion groups on issues related to youth and drugs on behalf of Health Canada (Government of Canada). Up to 10 adolescents will be taking part and for their time, participants will receive [a \$100 gift card]. But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix/variety of people. May I continue?

- Yes CONTINUE
- No THANK AND TERMINATE

Participation is voluntary. We are interested in hearing your opinions; no attempt will be made to sell you anything or change your point of view. The format is a 'round table' discussion led by a research professional. All opinions expressed will remain anonymous and views will be grouped together to ensure no particular individual can be identified. It is important that you understand that all of your answers will be kept confidential, including from your parents. Your answers will be used for research purposes only and will help ensure we have a mix of participants in the room.

S15. For the purposes of this project, we need to ensure that we are speaking with youth between the ages of 13 and 18 years. Are you between the ages of 13 and 18?

- Yes CONTINUE
- No THANK AND TERMINATE

S16. How old are you?

- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18

1 CONTINUE YOUTH 13-15, ENSURE GOOD MIX

2

3

4 CONTINUE YOUTH 16-18, ENSURE GOOD MIX

5

6

S17. Sometimes participants are also asked to write out their answers to a questionnaire, read materials or watch TV commercials during the discussion. Is there any reason why you could not participate? [READ IF NEEDED: I can assure you that everything written or discussed in the groups will remain confidential.]

- Yes THANK AND TERMINATE
- No CONTINUE

[INTERVIEWER NOTE: TERMINATE IF RESPONDENT OFFERS ANY REASON SUCH AS SIGHT OR HEARING PROBLEM, A WRITTEN OR VERBAL LANGUAGE PROBLEM, A CONCERN WITH NOT BEING ABLE TO COMMUNICATE EFFECTIVELY OR IF YOU HAVE A CONCERN.]

IF YOUTH QUALIFIES, PROCEED TO PRIVACY QUESTIONS.

NOTE: DO NOT RECRUIT PARENT AND YOUTH FROM SAME HOUSEHOLD.

SERIES FOR ADULTS/PARENTS (19+)

S18. Have you participated in a discussion or focus group before? A discussion group brings together a few people in order to know their opinion about a given subject.

- Yes
- No
- DK/NR

1 (MAX 1/3 PER GROUP, ASK S19, S20, S21)

2 SKIP TO S22

9 THANK AND TERMINATE

S19. When was the last time you attended a discussion or focus group?

- If within the last 6 months
- If not within the last 6 months
- DK/NR

1 THANK AND TERMINATE

2 CONTINUE

9 THANK AND TERMINATE

S20. How many of these sessions have you attended in the last five years?

- If 4 or less
- If 5 or more
- DK/NR

1 CONTINUE

2 THANK AND TERMINATE

9 THANK AND TERMINATE

S21. And what was/were the main topic(s) of discussion in those groups?

**IF RELATED TO MARIJUANA, DRUGS, GOVERNMENT POLICY ON DRUGS,
THANK AND TERMINATE**

S22. Participants in discussion groups are asked to voice their opinions and thoughts.
How comfortable are you in voicing your opinions in front of others? Are you... (READ LIST)

- Very comfortable
- Fairly comfortable
- Comfortable
- Not very comfortable
- Very comfortable
- DK/NR

1 MINIMUM 4 PER GROUP

2 CONTINUE

3 CONTINUE

4 THANK AND TERMINATE

5 THANK AND TERMINATE

9 THANK AND TERMINATE

S23. Sometimes participants are asked to read text and/or review images during the discussion. Is there any reason why you could not participate?

- Yes
- No
- DK/NR

1 THANK AND TERMINATE
2 CONTINUE
9 THANK AND TERMINATE

S24. The discussion group will take place on **DATE @ TIME** for 2 hours and participants will receive [INSERT AMOUNT] for their time. Would you be willing to attend?

- Yes
- No
- DK/NR

1 RECRUIT
2 THANK AND TERMINATE
9 THANK AND TERMINATE

PRIVACY QUESTIONS

Now I have a few questions that relate to privacy, your personal information and the research process. We will need your consent on a few issues that enable us to conduct our research. As I run through these questions, please feel free to ask me any questions you would like clarified.

P1) First, we will be providing the hosting facility and session moderator with a list of respondents' names and profiles (screener responses) so that they can sign you into the group. This information will not be shared with the Government of Canada department organizing this research. Do we have your permission to do this? I assure you it will be kept strictly confidential.

- Yes
- No

1 GO TO P2
2 READ RESPONDENT INFO BELOW

We need to provide the facility hosting the session and the moderator with the names and background of the people attending the focus group because only the individuals invited are allowed in the session and the facility and moderator must have this information for verification purposes. Please be assured that this information will be kept strictly confidential. GO TO P1A

P1a) Now that I've explained this, do I have your permission to provide your name and profile to the facility?

- Yes
- No

1 GO TO P2

2 THANK & TERMINATE

P2) An audio and/or video tape of the group session will be produced for research purposes. The tapes will be used only by the research professional to assist in preparing a report on the research findings and will be destroyed once the report is completed.

Do you agree to be audio and/or video taped for research purposes only?

1 THANK & GO TO P3

2 READ RESPONDENT INFO BELOW

It is necessary for the research process for us to audio/video tape the session as the researcher needs this material to complete the report.

P2a) Now that I've explained this, do I have your permission for audio/video taping?

1 THANK & GO TO P3

2 THANK AND TERMINATE

P3) Each month we submit the names of individuals that have participated in our focus groups to the Marketing Research and Intelligence Association Qualitative Central system (www.mria-arim.ca). Qualitative Central serves as a centralized database to review participation in qualitative research and focus groups. You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Do we have your permission to submit your name and phone number to MRIA's Qualitative Central system?

- Yes
- No

1 THANK & GO TO P4

2 GO TO P3A

P3a) To participate in this focus group we must have your permission to add your name to the Qualitative Central system as it is the only way for us to ensure the integrity of the research process and track participation in qualitative research. The system is maintained by the industry body, the Professional Marketing Research Society, and is solely used to

track your participation in qualitative research (such as focus groups). You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Now that I've explained this do I have your permission to add your name to our qualitative central list?

- Yes
- No

1 THANK & GO TO P4

2 THANK & TERMINATE

P4) As a participant in this focus group, you may be observed by Government of Canada staff, including members of the staff from the departments that sponsored this research, and by staff members from Earncliffe. This is standard focus group procedure to get a first hand look at the research process and to hear first hand your impressions and views on the research topic.

Do you agree to be observed for research purposes only?

- Yes
- No

1 THANK & GO TO INVITATION

2 THANK & TERMINATE

AS REQUIRED, ADDITIONAL INFO FOR THE INTERVIEWER:

Please be assured that this information is kept confidential and is strictly accessed and used by professional market research firms to review participation and prevent "professional respondents" from attending sessions. Research firms participating in MRIA's Qualitative Central require your consent to be eligible to participate in the focus group - the system helps ensure the integrity of the research process.

AS REQUIRED, NOTE ABOUT MRIA:

The Marketing Research and Intelligence Association is a non-profit organization for marketing research professionals engaged in marketing, advertising, social, and political research. The Society's mission is to be the leader in promoting excellence in the practice of marketing and social research and in the value of market information.

INVITATION:

Wonderful, you qualify to participate in one of our discussion sessions. As I mentioned earlier, the group discussion will take place the evening of [Day, Month, Date] @ [Time] for up to 2 hours.

Do you have a pen handy so that I can give you the address where the group will be held?
It will be held at: [PROVIDE FACILITY NAME AND ADDRESS].

We ask that you arrive fifteen minutes early to be sure you find parking, locate the facility and have time to check-in with the hosts. The hosts may be checking respondents' identification prior to the group, so please be sure to bring some personal identification with you (for example, a driver's license). If you require glasses for reading make sure you bring them with you as well.

As we are only inviting a small number of people, your participation is very important to us. If for some reason you are unable to attend, please call us so that we may get someone to replace you. You can reach us at [INSERT PHONE NUMBER] at our office. Please ask for [NAME]. Someone will call you in the days leading up to the discussion to remind you.

So that we can call you to remind you about the discussion group or contact you should there be any changes, can you please confirm your name and contact information for me?

First name

Last Name

email

Daytime phone number

Evening phone number

If the respondent refuses to give his/her first or last name or phone number please assure them that this information will be kept strictly confidential in accordance with the privacy law and that it is used strictly to contact them to confirm their attendance and to inform them of any changes to the discussion group. If they still refuse THANK & TERMINATE.