

# Programme national sur le radon : Étude comportementale de 2020

**Rapport final**

Juin 2020

**Rédigé par :**

Katelyn Penstone, analyste des politiques, Programme national sur le radon, Santé Canada

Jane Howe, dirigeante en matière de perspectives comportementales, Deloitte

# TABLE DES MATIÈRES

|   |    |
|---|----|
| TABLE DES MATIÈRES.....   | 2  |
| 1. RÉSUMÉ.....  | 3  |
| 2.1. Leçons tirées du premier projet du PNR sur l’introspection comportementale (2019)..... | 7  |
| 2.2. Projet de 2020 sur l’introspection comportementale.....                                | 7  |
| 3. MÉTHODOLOGIE.....  | 8  |
| 3.1. Questions de recherche.....  | 8  |
| 3.2. Intervention.....  | 8  |
| 3.3. Protocole expérimental.....  | 10 |
| 3.4. Échantillon.....   | 11 |
| Tableau 1 : Municipalités dans l’échantillon.....   | 11 |
| Tableau 2 : Nombre d’adresses dans l’échantillon.....                                       | 11 |
| 4. RÉSULTATS.....   | 12 |
| 4.1. Sensibilisation au radon.....  | 12 |
| 4.2. Mesure du radon.....   | 16 |
| 4.3. Constatations supplémentaires.....   | 18 |
| 5. CONCLUSION.....  | 20 |
| 5.1. Sensibilisation au radon.....  | 20 |
| 5.2. Mesure du radon.....   | 20 |
| 6. PROCHAINES ÉTAPES.....   | 22 |
| 7. ANNEXES.....   | 25 |
| 7.1. Annexe A : Trousses de mesure du radon vendues.....                                    | 25 |
| Tableau 5 : Trousses de mesure du radon vendues.....  | 25 |
| Tableau 6 : Pourcentage de trousse de mesure du radon vendues.....                          | 25 |
| 7.2. Annexe B : Résultats relatifs aux sites Web.....                                       | 26 |
| Tableau 3 : Visites du site Web Canada.ca.....  | 26 |
| Tableau 4 : Visites du site Web Occupe-toi du radon.....                                    | 28 |
| 7.3. Annexe C : Demandes de renseignements du public.....                                   | 29 |
| Tableau 7 : Demandes de renseignements du public par région.....                            | 29 |
| 7.4. Annexe D : Résultats du sondage.....   | 30 |

# 1. RÉSUMÉ

En 2019, le Programme national sur le radon (PNR) a exécuté un projet d'intervention comportementale et d'essai, en collaboration avec l'Unité de l'impact et de l'innovation du Bureau du Conseil privé. Les résultats de ce petit projet pilote ont révélé que les cartes postales de sensibilisation au radon utilisées comme intervention axée sur le comportement ont légèrement augmenté le nombre de trousse de mesure du radon achetées.

En 2020, le PNR a amorcé un deuxième projet d'intervention comportementale pour évaluer l'incidence d'une nouvelle carte postale de sensibilisation au radon. Le but de la nouvelle carte était d'accroître la sensibilisation au radon ainsi que les connaissances sur celui-ci et d'inciter les gens à acheter une trousse de mesure du radon.

L'objectif principal de ce projet était de vérifier si une intervention axée sur le comportement (ici sous la forme d'une carte postale) est plus efficace pour inciter les gens à mesurer la concentration de radon dans leur maison dans des municipalités où il y a d'importantes initiatives locales de sensibilisation au radon. Cette intervention visait à vérifier l'utilisation de messages directs et axés sur l'action dans des régions qui présentent des concentrations élevées de radon et où il y a beaucoup d'initiatives locales de sensibilisation par opposition aux régions où il n'y en a pas.

L'intervention a été mise à l'essai pendant une période de huit semaines, du 6 janvier au 1<sup>er</sup> mars 2020. Une carte postale a été créée et distribuée aux Canadiens par publipostage direct. Elle ciblait les ménages canadiens des régions (déterminées en fonction des régions de tri d'acheminement, ou RTA) où 14,49 % des maisons avaient une concentration de radon supérieure à la ligne directrice canadienne de 200 Bq/m<sup>3</sup>. Les données provenant de l'[Enquête pancanadienne sur les concentrations de radon dans les habitations](#) et de l'[Étude du radon/thoron dans les régions métropolitaines canadiennes](#) réalisées par Santé Canada en 2012 ont servi à établir la liste des RTA qui recevraient la carte postale.

Afin de recueillir des données sur la mesure du radon pour ce projet, Santé Canada a communiqué avec des fournisseurs de trousse de mesure du radon par l'entremise du réseau Occupe-toi du radon pour leur fournir de l'information pour l'étude et demander leur participation. Le plan de la mise à l'essai a été fourni aux fournisseurs de trousse de mesure du radon et une téléconférence a été organisée pour faire une présentation générale et répondre aux questions. Santé Canada a fourni un document Excel simple aux fournisseurs de trousse de mesure du radon pour qu'ils puissent consigner les données liées aux ventes de trousse pendant la période de la mise à l'essai. Santé Canada a fait le suivi auprès des fournisseurs d'abord par l'entremise du réseau Occupe-toi du radon, puis directement auprès d'eux après la fin de la période de mise à l'essai. Santé Canada a reçu les données de 16 fournisseurs de trousse de mesure du radon.

Les résultats de l'étude de 2020 ont révélé qu'une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement accroît la sensibilisation au radon chez les Canadiens et qu'elle a une incidence plus importante sur la sensibilisation et l'action au sein de communautés où il y a beaucoup d'initiatives locales, comparativement à celles où il y en a peu. L'augmentation d'une

année à l'autre du nombre de visites des sites [Web Canada.ca/le-radon](http://Web Canada.ca/le-radon) (4 188 %) et [Occupetoiduradon.ca](http://Occupetoiduradon.ca) (1 248 %) le démontre clairement.

L'étude révèle également qu'une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon. Dans ce cas également, une plus grande augmentation des achats de trousse de mesure du radon a été constatée dans les communautés où il y a beaucoup d'initiatives locales, comparativement à celles où il y en a peu. La comparaison des données du groupe témoin aux données du groupe expérimental le démontre clairement.

En moyenne, neuf trousse de mesure du radon ont été achetées dans le groupe témoin, ce qui représente environ 0,04 % de l'échantillon. En moyenne, 58 trousse de mesure du radon ont été achetées dans le groupe expérimental, ce qui représente environ 0,54 % de l'échantillon.

En résumé, une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon.

Cependant, cette étude a montré que bien qu'une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement ait nettement accru la sensibilisation au radon, elle n'a pas beaucoup augmenté le nombre de trousse de mesure du radon achetées. L'étude a certes montré une augmentation des achats de trousse de mesure du radon, mais lesdites cartes postales n'augmentent pas assez les comportements en matière de mesure du radon compte tenu du risque pour la santé que représente une exposition prolongée au radon.

## 2. INTRODUCTION

Le Programme national sur le radon (PNR) de Santé Canada a été créé en 2008 afin de sensibiliser le public canadien au radon, de réaliser des travaux de recherche pour mieux comprendre la situation en ce qui concerne le radon au Canada et de mettre en place l'infrastructure et les ressources canadiennes nécessaires pour agir en faveur de la réduction du radon dans l'air intérieur. Au cours des douze dernières années, le PNR a fait des progrès importants dans la réalisation de son mandat. L'une des fonctions principales du PNR est d'accroître la sensibilisation des Canadiens au risque de cancer du poumon lié au radon et d'encourager la mesure du radon et les mesures correctives lorsque les résultats sont supérieurs à la ligne directrice canadienne de 200 Bq/m<sup>3</sup>.

Bien que de grands progrès aient été réalisés, l'[Enquête de 2017 sur les ménages et l'environnement](#) de Statistique Canada montre que les taux canadiens de mesure du radon ont atteint entre 5 % et 10 % selon la région du pays, ce qui signifie que plus de 90 % des sondés n'ont toujours pas effectué de mesure du radon. En ce qui a trait aux maisons où les résultats étaient supérieurs à la ligne directrice, l'[Étude de suivi des mesures d'atténuation du radon résidentiel de 2015](#) a révélé que plus de 70 % n'ont pas pris les mesures d'atténuation pour réduire les concentrations élevées de radon.

L'objectif général du PNR est de réduire le nombre de maisons et d'immeubles ayant des concentrations de radon supérieures à la ligne directrice canadienne sur le radon, de façon à réduire le nombre de Canadiens qui seront atteints d'un cancer du poumon causé par le radon. Cet objectif est appuyé par cinq éléments reliés dans le PNR :


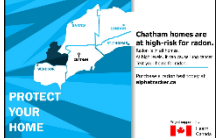
- décrire l'ampleur du problème du radon au Canada par la mesure, la cartographie et la recherche en santé;
- élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'éducation et de sensibilisation du public quant au radon pour informer les Canadiens des risques du radon et pour encourager l'action (mesure du radon et mesures correctives) afin de réduire ces risques;
- encourager l'adoption de pratiques de gestion du risque lié au radon dans les politiques et les lois pertinentes;
- élaborer et valider des guides techniques pour la réduction du risque lié au radon, y compris l'atténuation, et pour le transfert des connaissances à l'industrie;
- veiller à ce que les Canadiens aient accès à des services et à des ressources certifiés de mesure du radon pour les aider à mesurer celui-ci et à atténuer les risques qu'il pose.

La mesure du radon et l'atténuation de celui-ci ne sont pas obligatoires au Canada. Le PNR doit encourager ces comportements chez les Canadiens. Le PNR examine des façons d'accélérer la réduction du radon dans les maisons et les entreprises canadiennes et de convertir la sensibilisation et les connaissances accrues en un changement de comportement quant à la réduction du radon.

Suivre et influencer le changement de comportement représentent une nouvelle priorité du PNR, qui résulte du projet conjoint d'intervention comportementale et d'essai réalisé en 2019, en collaboration avec l'Unité de l'impact et de l'innovation et Deloitte Canada.

## 2.1. Leçons tirées du premier projet du PNR sur l'introspection comportementale (2019)

L'objectif principal du projet de 2019 était d'élaborer et de mettre à l'essai des interventions axées sur le comportement afin d'inciter les gens à agir pour réduire les concentrations de radon dans leur maison. Le comportement précis qui était encouragé était l'achat d'une trousse de mesure du radon. Le projet a utilisé les constatations de l'étude primaire, notamment des entrevues en profondeur auprès de Canadiens, ainsi que les constatations de la recherche secondaire, notamment une grande revue de la littérature, afin d'orienter l'élaboration des interventions axées sur le comportement. Deux cartes postales ont été mises à l'essai dans le cadre du projet :

|  |   |
|--|---|
|  <p>KEEP YOUR HOME HEALTHY</p> <p>Do you have a radon test kit?<br/>Do you know how to use it?<br/>Do you know where to get a radon test kit?<br/>Do you know where to get a radon test kit?<br/>Do you know where to get a radon test kit?</p> <p>Call 1-800-387-0834 for more information.<br/>Radon is in all homes. At high levels, it can cause lung cancer.<br/>Radon is in all homes. At high levels, it can cause lung cancer.<br/>Radon is in all homes. At high levels, it can cause lung cancer.</p> | <p>1. <b>Liste de vérification pour une maison saine</b> : Cette carte postale a été distribuée en août 2019 dans les quartiers d'Ottawa, en Ontario. Elle mettait l'accent sur la normalisation du comportement qui consiste à mesurer le radon de manière à maintenir une maison saine.</p> |
|  <p>PROTECT YOUR HOME</p> <p>Chatham homes are all high-risk for radon. Take a radon test kit to find out if your home has high radon levels. Call 1-800-387-0834 for more information.</p>   | <p>2. <b>Ciblage à risque élevé</b> : Cette carte postale a été distribuée en août 2019 dans les quartiers de Chatham, en Ontario. Elle mettait l'accent sur la dissipation des incertitudes à savoir si une maison était à risque, notamment en ciblant une communauté à risque élevé.</p>   |

Ces deux cartes postales ont très peu augmenté la probabilité d'achat. Des achats de trousse de mesure du radon ont été enregistrés pour 0,14 % de l'échantillon en ce qui concerne la meilleure version de la carte postale.

## 2.2. Projet de 2020 sur l'introspection comportementale

En fonction des constatations du projet d'intervention comportementale et d'essai de 2019, du livre blanc de Postes Canada intitulé « Exploiter la connectivité pour inciter à l'action » et de l'expérience de la haute direction, il a été recommandé que les cartes postales distribuées par publipostage direct ne devraient pas être utilisées seules pour encourager l'achat de trousse de mesure du radon. Le PNR a émis l'hypothèse qu'une solution combinée pourrait être plus efficace pour accroître la sensibilisation et encourager la mesure du radon. L'étude comportementale de 2020 du PNR a été élaborée pour vérifier l'efficacité des cartes postales à titre de mesure incitative en matière de comportement, en combinaison avec des connaissances fondamentales (préexistantes) sur le radon et sur les risques pour la santé liés à celui-ci.

Le présent rapport résume les constatations de l'étude comportementale de 2020 du PNR.

## 3. MÉTHODOLOGIE

### 3.1. Questions de recherche

Le but de cette étude était de déterminer si les Canadiens qui habitent dans des régions avec un grand nombre d'initiatives locales (c.-à-d. sensibilisation et éducation préexistantes sur le radon) étaient plus susceptibles d'acheter une trousse de mesure du radon que les Canadiens qui habitent dans des communautés avec peu d'initiatives locales.

L'expérience posait deux questions de recherche :

1. **Sensibilisation** : Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la sensibilisation au radon chez les Canadiens? Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?
2. **Mesure du radon** : Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon? Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?

Par souci de clarté, les initiatives locales sont définies comme des initiatives provenant du niveau local et communautaire qui sont menées par la municipalité, une autorité locale de la santé, un membre ou des membres de la communauté et/ou des entreprises locales. Les communautés avec beaucoup d'initiatives locales présentent généralement de bonnes connaissances sur le radon, davantage d'activités sur celui-ci et un plus grand appui des membres de la communauté. L'expression « peu d'initiatives locales » signifie qu'il y a peu ou pas d'initiatives ou de sensibilisation au sujet du radon dans la communauté qui sont menées par l'administration locale.

### 3.2. Intervention

Une carte postale a été élaborée à titre d'intervention. Elle visait à simplifier les mesures à prendre pour mesurer le radon et pour déterminer si les maisons avaient des concentrations élevées de radon. Chaque carte postale était à double face : l'une des faces était en anglais, l'autre en français.

La carte postale a été distribuée à 1 530 000 Canadiens par l'entremise du programme Courrier de quartier de Postes Canada, en ciblant les ménages canadiens des régions (déterminées en fonction des RTA) où environ 14,49 % ou plus des maisons avaient une concentration de radon supérieure à la ligne directrice canadienne de 200 Bq/m<sup>3</sup>. Les données provenant de l'[Enquête pancanadienne sur les concentrations de radon dans les habitations](#) et de l'[Étude du radon/thoron dans les régions métropolitaines canadiennes](#) réalisées par Santé Canada en 2012 ont servi à établir la liste des RTA qui recevraient la carte postale. Une RTA (région de tri d'acheminement) est une façon de désigner une unité géographique en fonction des trois premiers caractères d'un code postal canadien.



# LE GAZ RADON EST DANS VOTRE MAISON

Le radon est la première cause de cancer du poumon chez les non-fumeurs.  
TESTEZ pour savoir si vous avez un niveau dangereux.

1

## COMMANDER



Commandez un test de mesure à long terme du radon à [www.occupetolduradon.ca](http://www.occupetolduradon.ca)

2

## TESTER



Suivez les instructions fournies pour installer convenablement la trousse de mesure dans votre maison.

**Après 3 mois**, expédiez la trousse de mesure du radon au laboratoire pour une analyse à l'aide de l'emballage de retour en suivant les instructions.

Vous recevrez les résultats en quelques semaines.

3

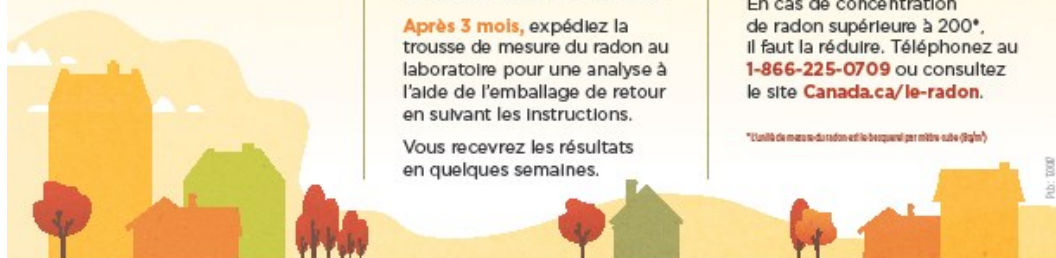
## AGIR



Si la concentration de radon est inférieure à 200\*, aucune mesure n'est à prendre.

En cas de concentration de radon supérieure à 200\*, il faut la réduire. Téléphonnez au **1-866-225-0709** ou consultez le site [Canada.ca/le-radon](http://Canada.ca/le-radon).

\*Unité de mesure du radon est le becquerel par mètre cube (Bq/m<sup>3</sup>)



### 3.3. Protocole expérimental

L'intervention a été mise à l'essai pendant une période de huit semaines, soit du 6 janvier au 1<sup>er</sup> mars 2020, et il s'agissait d'une expérience dans des conditions naturelles. Un protocole expérimental d'essai contrôlé en grappes a été utilisé.

Il y a eu deux principaux résultats d'intérêt :

1. **Visites du site Web** : Il s'agissait de l'une des variables dépendantes. Elle a enregistré si les destinataires du courrier ont visité les sites Web **Occupetoiduradon.ca** ou **Canada.ca/le-radon**.
2. **Mesure du radon entreprise** : Il s'agissait de l'autre variable dépendante. Elle a enregistré, en fonction de l'achat ou non d'une trousse de mesure du radon, si les destinataires du courrier ont décidé de faire mesurer le radon dans leur maison.

D'autres données étaient également recueillies, notamment :

3. **Appels au centre d'appels et demandes de renseignements du public** : Ces données ont enregistré le volume d'appels reçus par le centre d'appels de Santé Canada pendant la période de l'essai.
4. **Résultats de l'enquête auprès des intervenants** : Le Programme national sur le radon, le réseau Occupe-toi du radon et les spécialistes régionaux en radiation ont recueilli des expériences directes et des commentaires considérés comme importants pour acquérir une compréhension approfondie de l'incidence des cartes postales sur le public et les intervenants.

Un protocole expérimental contrôlé a été utilisé puisque le PNR devait sélectionner les communautés qui étaient les plus à risque (c.-à-d. où plus de 14 % des maisons avaient une concentration de radon supérieure à la ligne directrice de 200 Bq/m<sup>3</sup>) et déterminer quelles étaient les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales. Pour cette raison, un échantillon aléatoire n'était pas possible.

### 3.4. Échantillon

Cette étude comprenait cinq régions et vingt municipalités. Chaque municipalité représente une grappe dans notre essai contrôlé en grappes. Pour l'étude, dix des vingt municipalités constituaient des municipalités du groupe expérimental et les dix autres faisaient partie du groupe témoin.

Dans le groupe expérimental, dont les membres ont reçu la carte postale, cinq municipalités avaient beaucoup d'initiatives locales et les cinq autres en avaient peu.

Dans le groupe témoin, dont les membres n'ont pas reçu la carte postale, cinq municipalités avaient beaucoup d'initiatives locales et les cinq autres en avaient peu. Un résumé du groupe-échantillon est présenté dans le tableau ci-dessous, par nom de municipalité et par nombre d'adresses :

**Tableau 1 : Municipalités dans l'échantillon**

| <b>Municipalités dans l'échantillon</b> |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
| <b>Région</b>                           | <b>Groupe expérimental</b>                   |   | <b>Groupe témoin</b>                         |   |
|   | <i><b>Beaucoup d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Peu d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Beaucoup d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Peu d'initiatives locales</b></i> |
| Atlantique                              | Halifax (Nouvelle-Écosse)                    | Stephenville (Terre-Neuve-et-Labrador)  | Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)        | St. Stephen (Nouveau-Brunswick)         |
| Québec                                  | Maniwaki (Québec)                            | Lennoxville (Québec)                    | Chelsea (Québec)                             | Saint-Bruno (Québec)                    |
| Ontario                                 | Kingston (Ontario)                           | Seaforth (Ontario)                      | Hamilton (Ontario)                           | Timmins (Ontario)                       |
| Région des Prairies                     | Morden (Manitoba)                            | Weyburn (Saskatchewan)                  | Okotoks (Alberta)                            | Lethbridge (Alberta)                    |
| Colombie-Britannique                    | Castlegar (Colombie-Britannique)             | Greenwood (Colombie-Britannique)        | Abbotsford (Colombie-Britannique)            | Delta (Colombie-Britannique)            |

**Tableau 2 : Nombre d'adresses dans l'échantillon**

| <b>Nombre d'adresses dans l'échantillon</b> |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
| <b>Région</b>                               | <b>Groupe expérimental</b>                   |   | <b>Groupe témoin</b>                         |   |
|   | <i><b>Beaucoup d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Peu d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Beaucoup d'initiatives locales</b></i> | <i><b>Peu d'initiatives locales</b></i> |
| Atlantique                                  | 29 877                                       | 3 616                                   | 16 787                                       | 3 468                                   |
| Québec                                      | 3 644  | 1 684                                   | 2 319  | 6 928                                   |
| Ontario                                     | 36 286                                       | 5 649                                   | 109 293                                      | 10 911                                  |
| Région des Prairies                         | 3 421  | 3 593                                   | 8 321  | 29 633                                  |
| Colombie-Britannique                        | 4 643  | 15 729                                  | 30 871                                       | 28 804                                  |

Les RTA des groupes expérimental et témoin ont été sélectionnées en fonction des recommandations des spécialistes régionaux en radiation de Santé Canada. Le principal facteur

était la quantité d'initiatives locales dans chaque RTA. Par conséquent, la taille de la population varie grandement au sein de tous les groupes expérimental et témoin. Afin d'obtenir des résultats comparables, le pourcentage de trousse de mesure du radon vendues dans chaque RTA a été déterminé en utilisant le nombre de ménages de chaque RTA selon les données fournies par Postes Canada. D'autres renseignements en ce qui concerne les données sur la mesure du radon se trouvent à l'annexe A.

Les données ont été recueillies auprès de 16 fournisseurs de trousse de mesure du radon partout au pays. Les données ont été recueillies et répertoriées par RTA. Les fournisseurs de trousse de mesure du radon qui ont participé comprennent : Pinchin Ltd., Algoma, Agat Laboratoires, Lex Scientific, Radon Controls, l'Association pulmonaire du Québec (APQ), l'Association pulmonaire du Nouveau-Brunswick, l'Association pulmonaire de la Nouvelle-Écosse, Alpha Tracker, Radontech, l'Association pulmonaire de la Saskatchewan, Canada Radon, AccuStar, l'Association pulmonaire de l'Alberta, Lung Health Foundation et Radon West.

## 4. RÉSULTATS

Santé Canada a réalisé cette étude afin de déterminer si une intervention axée sur le comportement sous la forme d'une carte postale était efficace en ce qui concerne la sensibilisation et la mesure du radon dans des régions où il y a beaucoup d'initiatives locales, comparativement à celles où il y en a peu.

### 4.1. Sensibilisation au radon

Pour déterminer l'incidence sur la sensibilisation au radon, nous avons posé deux questions :

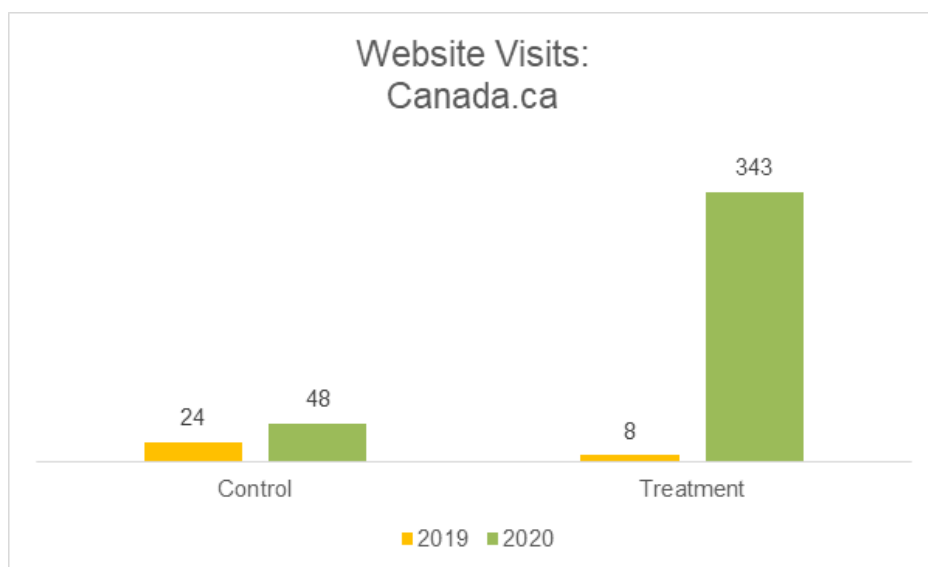
- Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la sensibilisation au radon chez les Canadiens?
- Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?

#### 4.1.1. Visites des sites Web

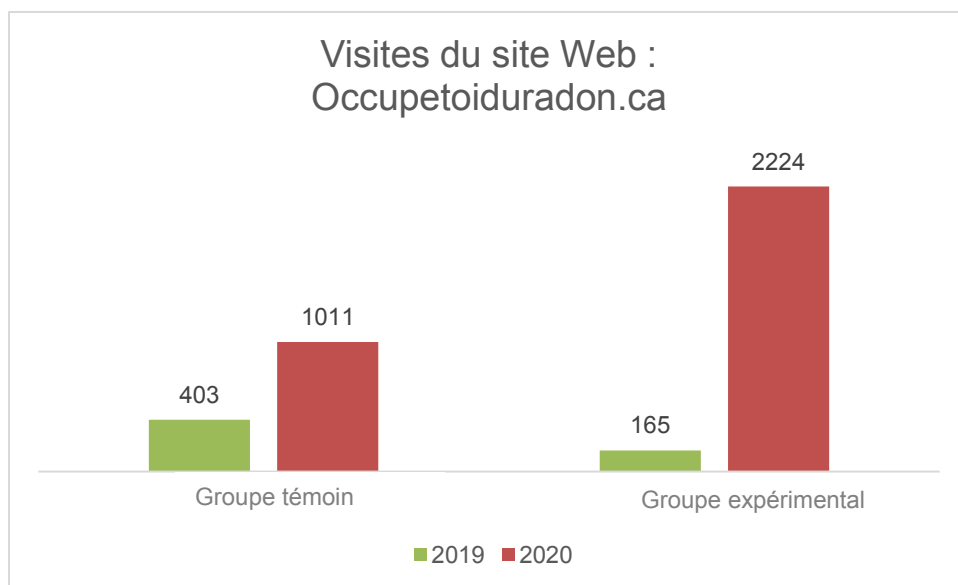
Pour répondre à notre première question de recherche, nous avons examiné les visites des sites Web [Canada.ca](http://www.canada.ca) et [Occupetoiduradon.ca](http://www.occupetoiduradon.ca).

- Les visites uniques des utilisateurs à <http://www.canada.ca/radon> et à <http://www.canada.ca/le-radon> ont été recueillies grâce à l'équipe des communications Web de Santé Canada pour la période de la mise à l'essai et elles ont été comparées aux données de la même période en 2019 à titre de référence.
- De plus, les visites uniques des utilisateurs à <http://www.takeactiononradon.ca> et à <http://www.occupetoiduradon.ca> ont été recueillies grâce au compte Google Analytics du réseau Occupe-toi du radon pour la période de la mise à l'essai et elles ont été comparées aux données de la même période en 2019 à titre de référence.

Les graphiques suivants présentent une comparaison du nombre de visites des sites Web pour les groupes expérimental et témoin comparativement aux données de la même période en 2019.



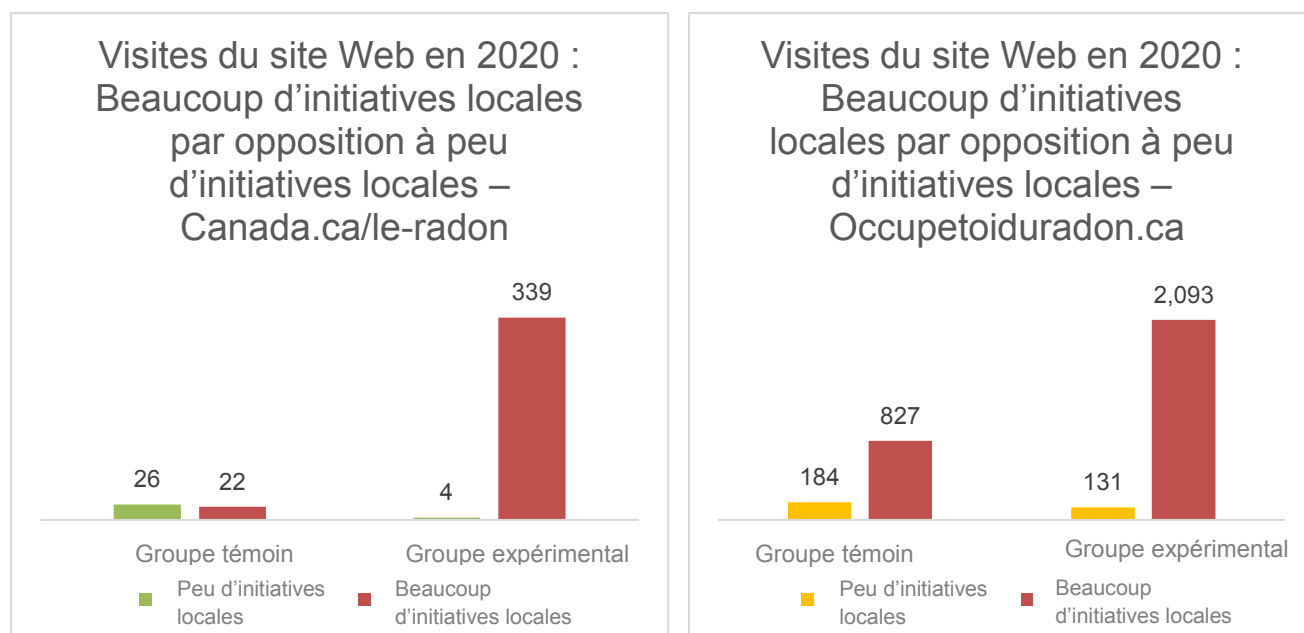
En ce qui concerne Canada.ca, les visites du site Web ont augmenté d'une année à l'autre. Dans le groupe témoin, les visites du site Web ont doublé pour passer de 24 visites à 48, ce qui représente une augmentation de 100 % du trafic sur le site Web. Dans le groupe expérimental, les visites du site Web ont augmenté de 4 188 %, passant de 8 visites en 2019 à 343 en 2020.



En ce qui concerne Occupetoiduradon.ca, les visites du site Web ont également augmenté d'une année à l'autre. Dans le groupe témoin, les visites du site Web ont augmenté pour passer de 403 visites à 1 011, ce qui représente une augmentation de 151 % du trafic sur le site Web. Dans le groupe expérimental, les visites du site Web ont augmenté de 1 248 %, passant de 165 visites en 2019 à 2 224 en 2020.

**En résumé, une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la sensibilisation au radon chez les Canadiens.**

Pour répondre à la deuxième question, nous avons examiné les visites des sites Web Canada.ca et Occupetoiduradon.ca, notamment pour les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles qui en ont peu. Les graphiques suivants présentent une comparaison du nombre de visites des sites Web pour les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles qui en ont peu, pour l'année en cours seulement.



En ce qui concerne Canada.ca, les visites du site Web étaient plus élevées au sein des communautés avec beaucoup d'initiatives locales qui ont reçu la carte postale. Dans le groupe témoin, les visites du site Web sont demeurées relativement stables, avec 26 appels provenant des communautés avec peu d'initiatives locales et 22 appels provenant des communautés avec beaucoup d'initiatives locales. Dans le groupe expérimental, les visites du site Web ont nettement augmenté au sein des communautés avec beaucoup d'initiatives locales, avec 4 visites pour les communautés avec peu d'initiatives locales et 339 pour celles qui ont beaucoup d'initiatives locales.

En ce qui concerne Occupetoiduradon.ca, les visites du site Web étaient plus élevées au sein des communautés avec beaucoup d'initiatives locales, autant dans le groupe témoin que dans le groupe expérimental. Dans le groupe témoin, Occupetoiduradon.ca a reçu 184 visites provenant des communautés avec peu d'initiatives locales, comparativement à 827 visites provenant des communautés avec beaucoup d'initiatives locales. Dans le groupe expérimental,

Occupetoiduradon.ca a reçu 131 visites provenant des communautés avec peu d'initiatives locales et 2 093 provenant des communautés avec beaucoup d'initiatives locales.

**En résumé, une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement accroît plus la sensibilisation au sein des communautés avec beaucoup d'initiatives locales qu'au sein de celles avec peu d'initiatives locales.**

Des données plus détaillées sur les visites des sites Web se trouvent à l'annexe B.

## 4.2. Mesure du radon

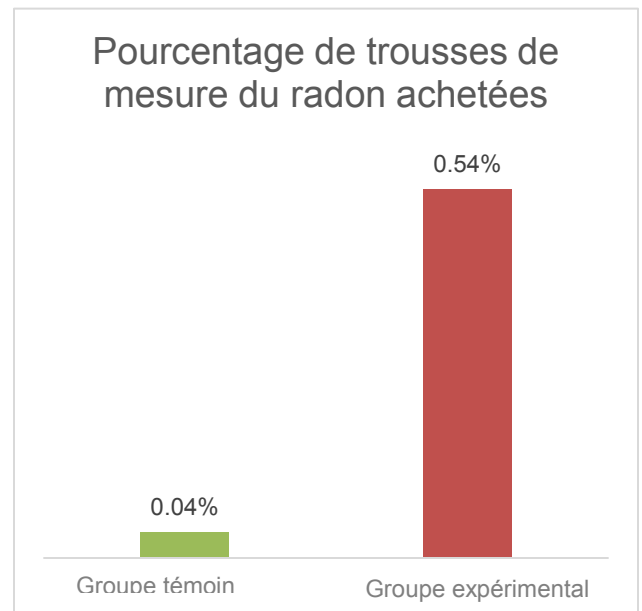
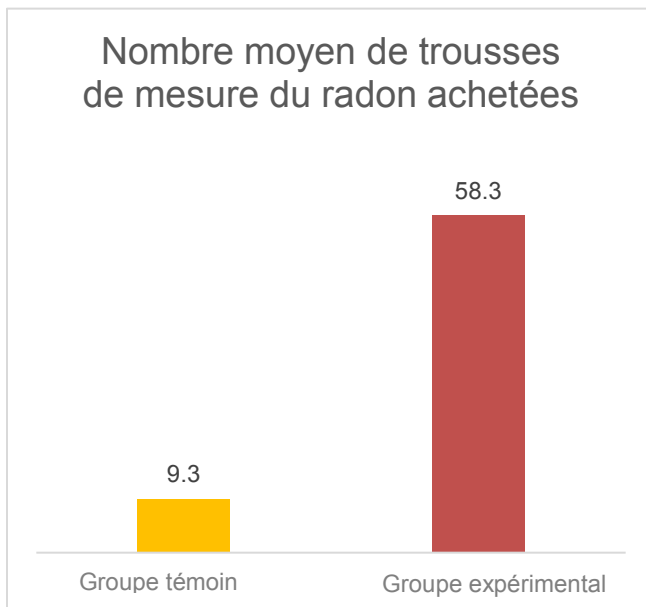
Pour déterminer l'incidence sur la mesure du radon, nous avons posé deux questions :

- Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon?
- Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?

### 4.2.1. Trousses de mesure du radon achetées : groupe témoin par opposition au groupe expérimental

Pour répondre à la première question, nous avons examiné le nombre de trousses de mesure du radon achetées par les groupes témoin et expérimental.

Les données démontrent que plus de trousses de mesure du radon ont été achetées par les Canadiens du groupe expérimental, comparativement au groupe témoin. Cela montre que les cartes postales ont efficacement influencé les Canadiens à acheter une trousse de mesure du radon dans toutes les régions, peu importe le nombre d'initiatives locales. En moyenne, neuf trousses de mesure du radon ont été achetées dans le groupe témoin, ce qui représente environ 0,04 % de l'échantillon. En moyenne, 58 trousses de mesure du radon ont été achetées dans le groupe expérimental, ce qui représente environ 0,54 % de l'échantillon.

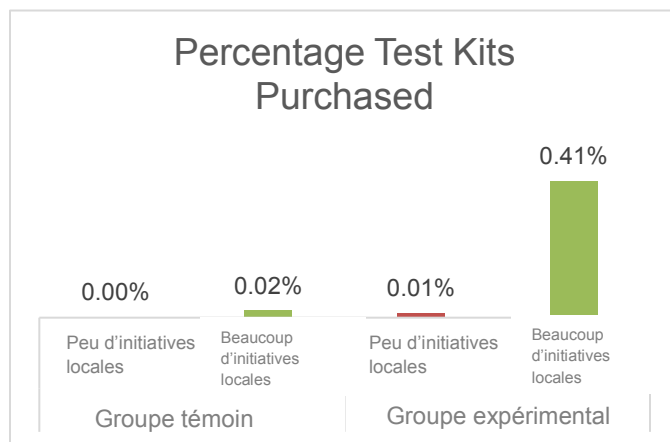
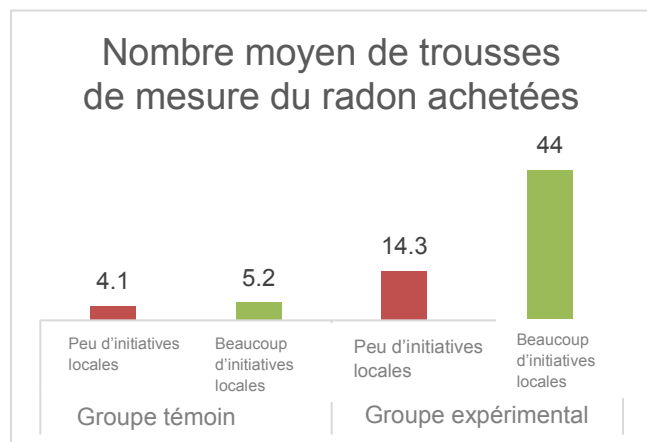


**En résumé, une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon.**

Pour répondre à la deuxième question, nous avons examiné le nombre de trousses de mesure du radon achetées par les groupes témoin et expérimental, notamment en comparant les communautés avec peu d'initiatives locales et celles qui en ont beaucoup. Les graphiques



suivants présentent la comparaison du nombre moyen de trousse de mesure du radon achetées et du pourcentage de trousse de mesure du radon achetées pour les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles qui en ont peu.



En général, les gens qui ont reçu la carte postale et qui habitaient dans une communauté avec beaucoup d'initiatives locales étaient plus susceptibles d'acheter une trousse de mesure du radon. Dans le groupe témoin, le nombre moyen de trousse de mesure du radon achetées et le pourcentage de trousse de mesure du radon achetées étaient relativement semblables pour les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et pour celles qui en ont peu. Cependant, les personnes du groupe expérimental qui habitaient dans des communautés avec beaucoup d'initiatives locales étaient plus susceptibles d'acheter une trousse de mesure du radon. Le nombre moyen de trousse de mesure du radon achetées dans les communautés avec peu d'initiatives locales était de 14, ce qui représente environ 0,01 % de l'échantillon, tandis que 44 trousse de mesure du radon ont été achetées dans les communautés avec beaucoup d'initiatives locales, ce qui représente environ 0,41 % de l'échantillon.

**En résumé, les personnes qui habitent dans une communauté avec beaucoup d'initiatives locales sont plus susceptibles d'acheter une trousse de mesure du radon lorsqu'elles reçoivent une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement que les personnes qui habitent dans une communauté avec peu d'initiatives locales.**

### 4.3. Constatations supplémentaires

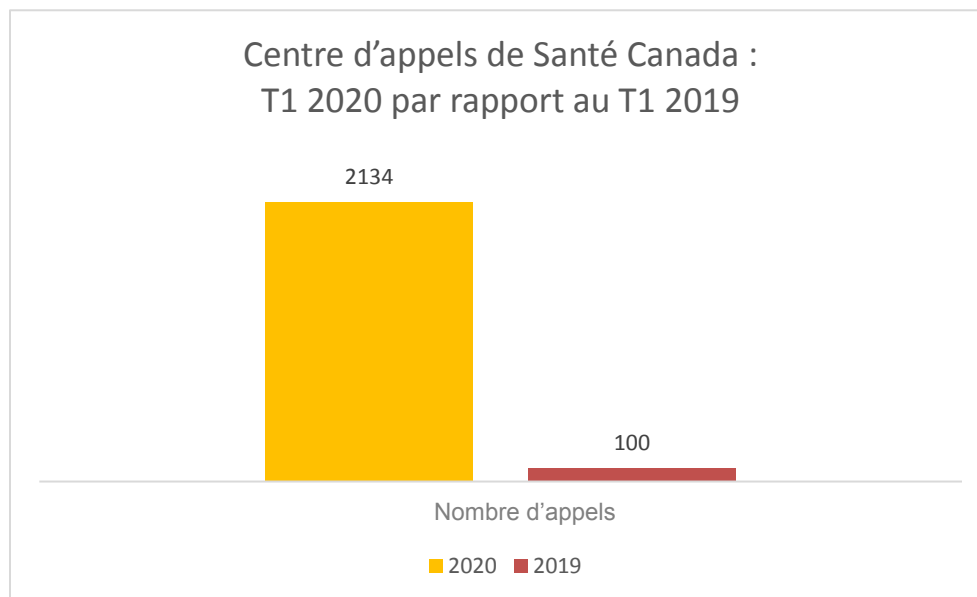
#### 4.3.1. Résultats du sondage

Santé Canada a élaboré un sondage et l'a distribué aux intervenants de l'industrie et aux spécialistes régionaux en radiation afin de recueillir de l'information provenant d'observations empiriques concernant l'étude. Les résultats complets du sondage se trouvent à l'annexe D. Un total de 26 personnes ont répondu au sondage et celui-ci a révélé que :

- 69 % des intervenants de l'industrie ont constaté une nette augmentation de la mobilisation des Canadiens par téléphone, par courriel et par trafic sur les sites Web;
- près de 50 % des intervenants de l'industrie ont observé une augmentation de la mesure et de l'atténuation du radon par des professionnels certifiés en atténuation;
- 62 % des intervenants de l'industrie ont décrit les commentaires reçus comme positifs;
- 96 % des intervenants de l'industrie appuieraient ce type d'activité dans l'avenir.

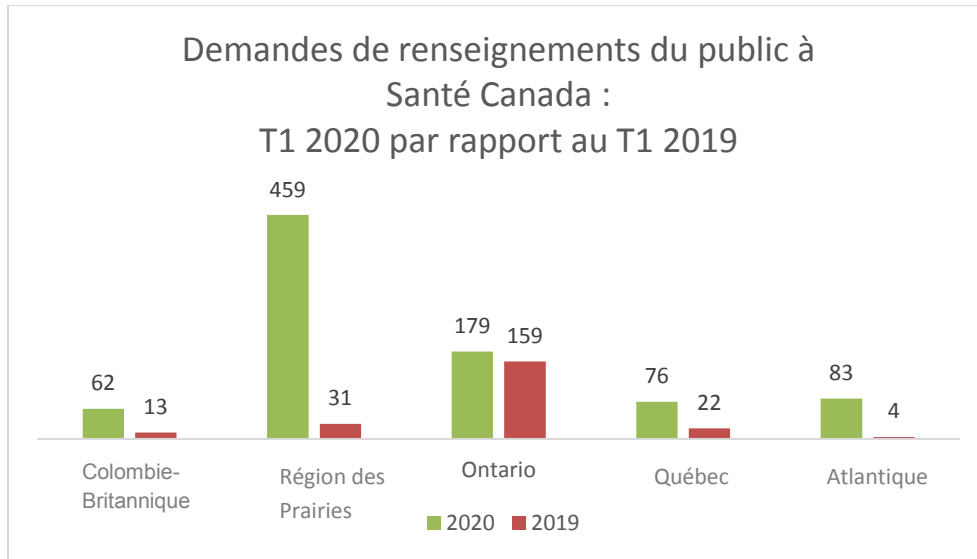
#### 4.3.2. Centre d'appels

Le centre d'appels de Santé Canada a connu une augmentation importante des appels entre janvier et mars 2020, par rapport à 2019.



#### 4.3.3. Demandes de renseignements du public

Le Programme national sur le radon et les bureaux régionaux de Santé Canada répondent quotidiennement aux appels de Canadiens en ce qui concerne le radon. Le graphique ci-dessous montre l'augmentation des demandes de renseignements du public pendant la période de mise à l'essai, par rapport à 2019.



Pendant la période de mise à l'essai du projet, Santé Canada a reçu plus d'appels en moyenne que pour la même période en 2019. Chaque région a reçu plus d'appels que lors de l'année précédente et beaucoup plus d'appels provenaient de la région des Prairies au cours de l'essai.

Pour obtenir les résultats détaillés par mois, veuillez consulter l'annexe C.

## 5. CONCLUSION

Le but de cette étude était de déterminer si les Canadiens qui habitaient dans des régions avec un grand nombre d'initiatives locales (c.-à-d. sensibilisation et éducation préexistantes sur le radon) étaient plus susceptibles d'acheter une trousse de mesure du radon que les Canadiens qui habitaient dans des communautés avec peu d'initiatives locales.

L'expérience posait deux questions de recherche :

1. **Sensibilisation** : Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la sensibilisation au radon chez les Canadiens? Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?
2. **Mesure du radon** : Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente-t-elle la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon? Quelle est la différence entre les communautés avec beaucoup d'initiatives locales et celles avec peu d'initiatives locales?

### 5.1. Sensibilisation au radon

En conclusion, les données ont révélé qu'une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la sensibilisation au radon chez les Canadiens. L'augmentation d'une année à l'autre du nombre de visites des sites Web Canada.ca et Occupetoiduradon.ca le démontre clairement.

#### 5.1.1. Visites des sites Web

Les visites du site Web Canada.ca par des Canadiens qui habitaient dans les municipalités du groupe expérimental ont augmenté de 4 188 %, comparativement à une augmentation de 100 % des visites du site Web par des Canadiens qui habitaient dans les municipalités du groupe témoin.

Les visites du site Web Occupetoiduradon.ca par des Canadiens qui habitaient dans les municipalités du groupe expérimental ont augmenté de 1 248 %, comparativement à une augmentation de 151 % des visites du site Web par des Canadiens qui habitaient dans les municipalités du groupe témoin.

### 5.2. Mesure du radon

Une carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement augmente la probabilité que les Canadiens achètent une trousse de mesure du radon. La comparaison des données du groupe témoin aux données du groupe expérimental le démontre clairement.

Cependant, cette étude a montré que bien que des cartes postales utilisées comme intervention axée sur le comportement aient nettement accru la sensibilisation au radon, elles n'ont pas beaucoup augmenté les comportements en matière d'achat de trousse de mesure du radon et de mesure du radon à la maison. L'étude a certes montré une augmentation des achats de trousse de mesure du radon, mais lesdites cartes postales n'augmentent pas assez les

comportements en matière de mesure du radon compte tenu du risque pour la santé que représente une exposition prolongée au radon.

#### **5.2.1. Trousses de mesure du radon achetées par RTA**

En moyenne, 58,3 trousse de mesure du radon ont été achetées dans les RTA du groupe expérimental, comparativement à 9,3 trousse de mesure du radon dans les RTA du groupe témoin.

#### **5.2.2. Trousses de mesure du radon achetées en pourcentage**

Dans les RTA du groupe expérimental, 0,54 % des ménages ont acheté une trousse de mesure du radon, comparativement à 0,04 % des ménages des RTA du groupe témoin.

#### **5.2.3. Nombre moyen de trousse de mesure du radon achetées (beaucoup d'initiatives locales par opposition à peu d'initiatives locales)**

Dans les RTA du groupe expérimental, 44 trousse de mesure du radon ont été achetées en moyenne dans les régions avec beaucoup d'initiatives locales, comparativement à 14,3 trousse dans les régions avec peu d'initiatives locales. Dans les RTA du groupe témoin, 5,2 trousse de mesure du radon ont été achetées dans les régions avec beaucoup d'initiatives locales, comparativement à 4,1 trousse de mesure du radon dans les régions avec peu d'initiatives locales.

## 6. PROCHAINES ÉTAPES

Le Programme national sur le radon de Santé Canada a réalisé deux études comportementales qui ont permis de vérifier l'incidence de cartes postales utilisées comme intervention axée sur le comportement sur la sensibilisation au radon et sur les achats de trousse de mesure du radon. Ces deux études ont démontré que lesdites cartes postales sont très efficaces pour augmenter la sensibilisation au radon, mais peu efficaces pour augmenter les achats de trousse de mesure du radon par les Canadiens.

Le Programme national sur le radon peut continuer d'encourager les Canadiens à mesurer le radon dans leur maison et d'assurer l'éducation et la sensibilisation dans le but d'augmenter la mesure du radon. Les cartes postales utilisées comme intervention axée sur le comportement font clairement une différence, mais pas au niveau nécessaire pour protéger la santé et la sécurité des Canadiens. Ces études comportementales démontrent que d'autres solutions doivent être étudiées pour que la mesure du radon devienne un enjeu prioritaire chez les Canadiens. Les campagnes d'information ne contiennent jusqu'à présent que l'éducation et la sensibilisation quant au radon ainsi que la mesure et l'atténuation de celui-ci. Étant donné que la mesure du radon au Canada est si rare, Santé Canada doit prendre des mesures supplémentaires pour faire en sorte que plus de Canadiens mesurent le radon dans leur maison.

Avec l'arrivée de la COVID-19, davantage de Canadiens travaillent de la maison et passent plus de temps à l'intérieur. Comme cette tendance se poursuit et que davantage de Canadiens continuent de travailler à distance, il devient encore plus impératif d'augmenter les taux de mesure du radon au Canada.

Santé Canada encourage les Canadiens à demeurer à la maison pour « aplatis la courbe » dans la lutte contre la crise actuelle de santé publique liée à la COVID-19. Ce faisant, le risque d'exposition au radon a en revanche augmenté chez les Canadiens. Dans son étude de 2019 intitulée [\*Risk Assessment for Radon Exposure in Various Indoor Environments \(Évaluation du risque de l'exposition au radon dans divers environnements intérieurs\) \(en anglais seulement\)\*](#), Dr Jing Chen a constaté ceci : « en raison des concentrations relativement plus élevées de radon dans les maisons et de l'augmentation du temps passé à l'intérieur de celles-ci, l'exposition au radon à la maison contribue à 90 % du risque de cancer du poumon causé par le radon » (traduction libre). Bien que nous devons gérer les risques immédiats pour la santé liés à la COVID-19, nous devons également demeurer conscients des risques pour la santé à plus long terme liés au fait de passer plus de temps à l'intérieur, comme le cancer du poumon causé par le radon.

En fonction des constatations découlant de nos deux plus récentes études comportementales, combinées aux recherches existantes et aux données obtenues au Canada et à l'échelle internationale, il est recommandé que Santé Canada prenne des mesures plus énergiques pour aider les Canadiens à mesurer le radon dans leur maison et, si nécessaire, à atténuer celui-ci. Voici les recommandations que nous proposons.

- Le PNR devrait élaborer un bon de réduction combiné à la carte postale utilisée comme intervention axée sur le comportement intitulée « Liste de vérification pour une maison saine », à condition que son financement soit approuvé. Ce bon fournirait aux Canadiens un code de réduction, échangeable contre une trousse gratuite de mesure du radon à long terme pour laquelle ils n'auraient qu'à payer les coûts d'expédition. Le PNR devrait également modifier la carte postale de 2019 intitulée « Le gaz radon est dans votre maison » en ajustant le message en fonction des leçons tirées du projet de recherche et en ajoutant un code de réduction pour l'achat.
- En plus de ces cartes postales avec bons de réduction, le PNR devrait élaborer une campagne sur le site [Web Canada.ca/le-radon](http://Web.Canada.ca/le-radon), qui aurait lieu pendant la période de mesure du radon, soit d'octobre à mars, et qui fournirait des renseignements précis sur le radon en temps de COVID-19 ainsi qu'un lien direct pour échanger le bon de réduction contre une trousse de mesure du radon. Le PNR collaborera avec le réseau Occupe-toi du radon pour distribuer les troussees gratuites de mesure du radon.
- Le PNR devrait distribuer aux Canadiens les bons de réduction pour des troussees de mesure du radon par l'entremise du programme Courrier de quartier de Postes Canada en novembre 2020. Les bons de réduction échangés seront enregistrés et un rapport d'analyse comportementale sera élaboré afin de déterminer si l'initiative des bons de réduction a été efficace pour augmenter la mesure du radon.
- En collaboration avec le réseau Occupe-toi du radon, le PNR devrait également utiliser une partie des fonds sous forme de subventions et de contributions afin d'élaborer un programme de remboursement pour l'atténuation du radon. Une campagne de sensibilisation numérique, sur les médias sociaux, et une campagne dans les médias traditionnels devraient être élaborées pour faire connaître le programme. Des données devraient être recueillies à l'appui d'une soumission à l'intention de l'Agence du revenu du Canada en 2021-2022 pour élaborer un remboursement d'impôt permanent quant à l'atténuation du radon qui pourrait potentiellement être intégré dans un programme vert de remboursement.

L'hypothèse sur laquelle ces recommandations reposent est que le PNR aura accès à des fonds supplémentaires par l'entremise du Programme de contribution à la sensibilisation au radon. Si la soumission du PNR n'est pas retenue pour du financement supplémentaire sous forme de contributions, il est proposé qu'une demande de budget supplémentaire soit effectuée pour l'exercice financier 2021-2022. Ce budget supplémentaire permettrait de financer un programme pilote pour l'achat d'au moins 100 000 troussees de mesure du radon à long terme, de financer l'atténuation du radon jusqu'à 250 000 \$ (entre 500 \$ et 1 000 \$ par demande), d'élaborer les documents de sensibilisation nécessaires et de financer une publicité payée pour faire connaître les deux programmes. Les données obtenues grâce à ce programme pilote devraient être utilisées à l'appui d'une prochaine soumission à l'intention de l'Agence du revenu du Canada en 2022-2023 pour élaborer un remboursement d'impôt permanent quant à

l'atténuation du radon qui pourrait potentiellement être intégré dans un programme vert de remboursement.

Le coût de ce programme est justifié par la thèse de 2019 de Mme Janet Gaskin, intitulée [\*Radon and Lung Cancer \(Le radon et le cancer du poumon\) \(en anglais seulement\)\*](#), qui visait à « (...) quantifier le fardeau lié au radon résidentiel en ce qui concerne le cancer du poumon et définir les options d'atténuation les plus rentables pour réduire le radon au Canada » (traduction libre). La recherche de Mme Gaskin a révélé que le radon est une importante cause évitable du cancer du poumon au Canada et il en ressort que l'analyse coût-utilité des interventions pour réduire le radon résidentiel est comparable à celle des autres interventions en soins de santé.



## 7. ANNEXES

### 7.1. Annexe A : Trousses de mesure du radon vendues

Tableau 5 : Trousses de mesure du radon vendues

| Région               | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales | Groupe expérimental – Peu d’initiatives locales | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales | Groupe témoin – Peu d’initiatives locales |
|----------------------|--|---|--|---|
| Colombie-Britannique | 11   | 52  | 0  | 0   |
| Région des Prairies  | 11   | 31  | 26   | 38  |
| Ontario              | 108  | 16  | 23   | 0   |
| Québec               | 8  | 32  | 2  | 3   |
| Atlantique           | 302  | 12  | 1  | 0   |

Tableau 6 : Pourcentage de trousses de mesure du radon vendues

| Région               | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales | Groupe expérimental – Peu d’initiatives locales | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales | Groupe témoin – Peu d’initiatives locales |
|----------------------|--|---|--|---|
| Colombie-Britannique | 0,0024 %   | 0,0033 %  | 0 %  | 0 %                                       |
| Région des Prairies  | 0,0032 %   | 0,0086 %  | 0,0031 %                                       | 0,0013 %                                  |
| Ontario              | 0,003 %  | 0,0028 %  | 0,0002 %                                       | 0 %                                       |
| Québec               | 0,0022 %   | 0,019 %   | 0,0009 %                                       | 0,0004 %                                  |

## 7.2. Annexe B : Résultats relatifs aux sites Web

Tableau 3 : Visites du site Web Canada.ca

| Ville                                  | Canada.ca/radon |      | Canada.ca/le-radon |      | Légende  |
|--|-----------------|------|--------------------|------|--|
|  | 2020            | 2019 | 2020               | 2019 |  |
| Castlegar (Colombie-Britannique)       | 27              | 3    | 0                  | 0    | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Greenwood (Colombie-Britannique)       | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe expérimental – Peu ou pas d’initiatives locales |
| Abbotsford (Colombie-Britannique)      | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Delta (Colombie-Britannique)           | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |
| Morden (Manitoba)                      | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Weyburn (Saskatchewan)                 | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Okotoks (Alberta)                      | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |
| Lethbridge (Alberta)                   | 24              | 0    | 0                  | 5    | Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |
| Kingston (Ontario)                     | 93              | 5    | 5                  | 0    | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Seaforth (Ontario)                     | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Hamilton (Ontario)                     | 21              | 19   | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Timmins (Ontario)                      | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |
| Maniwaki (Québec)                      | 0               | 0    | 15                 | 0    | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Lennoxville (Québec)                   | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Chelsea (Québec)                       | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Saint-Bruno (Québec)                   | 0               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |
| Halifax (Nouvelle-Écosse)              | 197             | 0    | 2                  | 0    | Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Stephenville (Terre-Neuve-et-Labrador) | 4               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)  | 1               | 0    | 0                  | 0    | Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |

|                                    |   |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|---|---|
| St. Stephen<br>(Nouveau-Brunswick) | 2 | 0 | 0 | 0 |
|------------------------------------|---|---|---|---|

**Tableau 4 : Visites du site Web Occupe-toi du radon**

| Ville                                  | takeactiononradon.ca |      | occupetoiduradon.ca |      |
|--|----------------------|------|---------------------|------|
|  | 2020                 | 2019 | 2020                | 2019 |
| Castlegar (Colombie-Britannique)       | 294                  | 10   | 2                   | 0    |
| Greenwood (Colombie-Britannique)       | 0                    | 0    | 0                   | 0    |
| Abbotsford (Colombie-Britannique)      | 12                   | 12   | 0                   | 0    |
| Delta (Colombie-Britannique)           | 4                    | 4    | 0                   | 0    |
| Morden (Manitoba)                      | 174                  | 7    | 0                   | 0    |
| Weyburn (Saskatchewan)                 | 61                   | 6    | 2                   | 0    |
| Okotoks (Alberta)                      | 33                   | 20   | 0                   | 0    |
| Lethbridge (Alberta)                   | 172                  | 34   | 1                   | 0    |
| Kingston (Ontario)                     | 1 310                | 82   | 26                  | 0    |
| Seaforth (Ontario)                     | 0                    | 0    | 0                   | 0    |
| Hamilton (Ontario)                     | 703                  | 291  | 10                  | 1    |
| Timmins (Ontario)                      | 7                    | 17   | 0                   | 0    |
| Maniwaki (Québec)                      | 129                  | 1    | 158                 | 1    |
| Lennoxville (Québec)                   | 0                    | 0    | 0                   | 0    |
| Chelsea (Québec)                       | 10                   | 4    | 1                   | 2    |
| Saint-Bruno (Québec)                   | 0                    | 0    | 0                   | 0    |
| Halifax (Nouvelle-Écosse)              | 0                    | 58   | 0                   | 0    |
| Stephenville (Terre-Neuve-et-Labrador) | 68                   | 0    | 0                   | 0    |
| Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)  | 50                   | 18   | 8                   | 0    |
| St. Stephen (Nouveau-Brunswick)        | 0                    | 0    | 0                   | 0    |

| Légende  |
|--|
| Groupe expérimental – Beaucoup d’initiatives locales   |
| Groupe expérimental – Peu ou pas d’initiatives locales |
| Groupe témoin – Beaucoup d’initiatives locales         |
| Groupe témoin – Peu ou pas d’initiatives locales       |

### 7.3. Annexe C : Demandes de renseignements du public

Tableau 7 : Demandes de renseignements du public par région

| Région               | Janvier |      | Février |      | Mars |      |
|----------------------|---------|------|---------|------|------|------|
|                      | 2020    | 2019 | 2020    | 2019 | 2020 | 2019 |
| Colombie-Britannique | 48      | 6    | 12      | 4    | 2    | 3    |
| Région des Prairies  | 357     | 8    | 70      | 17   | 32   | 6    |
| Ontario              | 103     | 59   | 48      | 67   | 28   | 33   |
| Québec               | 41      | 7    | 12      | 13   | 23   | 2    |
| Atlantique           | 65      | 4    | 10      | 0    | 8    | 0    |

## 7.4. Annexe D : Résultats du sondage

Les cinq questions posées dans le sondage et les réponses des participants à celles-ci sont présentées ci-dessous.

1. Avez-vous observé une augmentation des appels, des courriels ou du trafic sur les sites Web?
  - Beaucoup moins d'activité qu'à la normale (0)
  - Légèrement moins d'activité qu'à la normale (0)
  - Même niveau d'activité qu'à la normale (2)
  - Légèrement plus d'activité qu'à la normale (4)
  - Beaucoup plus d'activité qu'à la normale (18)
  - Je ne sais pas (2)
2. Avez-vous observé une augmentation de la mesure et de l'atténuation du radon par des professionnels certifiés?
  - Beaucoup moins d'activité qu'à la normale (0)
  - Légèrement moins d'activité qu'à la normale (0)
  - Même niveau d'activité qu'à la normale (6)
  - Légèrement plus d'activité qu'à la normale (6)
  - Beaucoup plus d'activité qu'à la normale (6)
  - Je ne sais pas (7)
3. Comment décririez-vous les commentaires que vous avez reçus?
  - Positifs : les personnes étaient contentes de recevoir la carte postale et elles voulaient en savoir plus et/ou acheter une trousse de mesure du radon ou embaucher un professionnel (16)
  - Négatifs : les personnes ont manifesté de la colère ou de la peur (0)
  - Autre (10)
4. Appuieriez-vous cette activité dans le futur? Avez-vous trouvé que l'activité était efficace pour accroître la sensibilisation ou pour pousser les gens à agir?
  - Oui (25)
  - Non (0)
  - Autre (1)
5. Commentaires

*« J'ai vraiment apprécié. Ce serait bien si vous pouviez donner un préavis aux membres de l'Association canadienne des scientifiques et technologues du radon (ACSTR) sur le moment où l'activité arrivera, car nous pourrions l'intégrer à d'autres activités. »*

++

*« Bien reçu en général, mais certains sont consternés par l'apathie du gouvernement. Les systèmes d'atténuation continuent d'être installés chez des gens de la classe moyenne supérieure et de la classe supérieure. Les bailleurs peuvent obtenir une déduction d'impôt pour ce coût d'amélioration et ils devraient être encouragés à le faire. Les propriétaires devraient*

*avoir droit à une déduction d'impôt pour ce coût. Les jeunes familles et celles à faible revenu n'installent pas les systèmes. »*

++

*« Il y a eu beaucoup de commentaires de la part de personnes qui ont vu la carte postale et il y a eu de nouvelles discussions dans les cercles sociaux des personnes qui l'ont reçue par rapport aux personnes qui ne l'ont pas reçue. Il faut faire davantage pour continuer d'accroître la sensibilisation. Merci pour ce qui a été fait jusqu'à maintenant. »*

++

*« Nous avons reçu des commentaires négatifs et positifs. Bien que beaucoup de personnes aient manifesté de l'intérêt pour en apprendre plus ou pour acheter une trousse, nous avons reçu un certain nombre d'appels de la part de personnes qui avaient des doutes quant aux troussees ou au gaz radon ou qui étaient agacées par le fait que le gouvernement prône la mesure du radon sans offrir de compensation financière. Près d'un tiers de nos clients ou des personnes qui ont appelé ont mentionné qu'ils ont examiné d'autres ressources sur le radon avant de décider d'acheter une trousse de mesure du radon. En général, nos clients ou les personnes qui ont appelé ont répondu positivement aux cartes postales et ils semblaient reconnaissants que le gouvernement sensibilise les gens au gaz radon. »*

++

*« Nous avons trouvé qu'il s'agissait d'une mesure très positive, mais que le moment était mal choisi. Aucune sensibilisation n'a été effectuée en novembre. Envoyer les cartes postales en novembre aurait permis de renforcer le mois de la sensibilisation au radon et de donner le temps aux gens de prendre une décision. Nous recevons encore des appels de personnes qui ont reçu une carte postale, mais qui ont pris tout ce temps pour appeler. Ces personnes sont déçues d'apprendre qu'il ne s'agit pas d'un bon moment pour amorcer une mesure du radon. Si ces personnes avaient reçu la carte postale en novembre et avaient laissé passer quelques mois avant d'appeler, elles auraient tout de même pu profiter des mois d'hiver pour la mesure du radon. En ce qui concerne les commentaires reçus, j'ai répondu "Autre" puisque nous avons reçu des commentaires positifs et négatifs. »*

++

*« Nous avons reçu l'appel de deux clients provenant de régions rurales qui ont affirmé avoir reçu la carte postale et vouloir obtenir plus d'information. Cela ne représente évidemment pas assez de données, mais je trouve intéressant le fait qu'aucun de ces clients ne provenait d'une grande zone urbaine. Le courrier postal est peut-être plus efficace pour les régions plus décontractées où les gens peuvent prendre le temps de sentir le parfum des roses et de lire leur "courrier non sollicité". :-) »*

++

« Nous devons clarifier davantage la participation de Santé Canada et le fait que les trousse de mesure du radon ne sont pas incluses. »

++

« J'ai reçu quelques appels de personnes provenant de régions rurales au sujet de la réduction du radon et les commentaires sur les cartes postales étaient très positifs. Il est difficile de savoir si cela a eu une incidence directe sur notre entreprise, puisque les appels provenaient de l'extérieur de notre zone desservie, mais je crois qu'il s'agit d'une très bonne initiative. Les propriétaires font confiance à l'information reçue de Santé Canada et ils étaient ouverts à recevoir cette information puisqu'elle ne provenait pas d'une société privée. Puisque l'information provenait de Santé Canada, je crois que les propriétaires l'ont davantage prise au sérieux parce qu'elle n'avait aucun rapport avec les ventes. Aussi, il s'agit d'un moyen relativement peu coûteux de diffuser le message sur la mesure et la réduction du radon. Je crois qu'il s'agissait d'un très bon projet pour l'industrie du radon en général. »

++

« 1. Remplacer "commande" par "achat".

2. Ajouter un lien vers les données du CRRS, soit le Cross-Canada Residential Radon Survey (Enquête pancanadienne sur les concentrations de radon dans les maisons), pour que les gens puissent étudier pourquoi on leur dit de mesurer le radon.

3. Préparer le réseau Occupe-toi du radon avec des ressources pour une ligne téléphonique qui permettra de gérer les clients qui n'ont pas accès à Internet.

4. Se préparer à offrir des options aux clients qui ne veulent pas magasiner en ligne.

5. Organiser une séance de formation avec le centre d'appels de Santé Canada pour réduire le nombre d'appels pour de l'information générale qui sont transférés aux spécialistes.

6. Évaluer la possibilité de renvoyer les cartes postales dans certaines régions déjà incluses dans la première série d'envois, comme des régions d'intérêt pour l'étude comportementale ou simplement les RTA les plus exposées au radon.

--> Ces modifications devraient réduire le nombre de personnes manifestant de la colère ou de la peur, qui ont représenté environ 10 % des demandes de renseignements. »

++

« S'assurer d'avertir bien à l'avance les distributeurs de trousse de mesure du radon. Aussi, ce ne serait pas une bonne idée de lancer la campagne alors que la COVID-19 circule toujours. »

++

« Les commentaires reçus comprenaient à la fois des commentaires positifs et négatifs, selon la personne. Je crois que cela découlait de la formulation "Pour commander". "Pour acheter" serait une autre formulation possible. »



++

*« Une merveilleuse initiative! Mon seul commentaire serait de fournir un avis supplémentaire quant à la prochaine initiative pour que nous puissions appuyer les initiatives en ayant une réserve suffisante de trousse de mesure du radon et de fournir des communications à l'appui (sensibilisation auprès des médias, médias sociaux, Web, etc.). Merci! »*

++

*« Excellente initiative qui accroît nettement la sensibilisation des gens au radon. Je salue le gouvernement pour cette initiative. »*

++

*« Nous avons reçu plus d'appels pour des demandes de renseignements sur le radon et sur les mesures à prendre en cas de concentrations élevées. »*

++

*« Difficile de savoir si ce sont nos initiatives ou la carte postale qui ont mené à l'augmentation du trafic sur le Web. »*

++

*« Un préavis sur la campagne serait utile pour que nous puissions nous préparer à une activité accrue. »*

++

*« Avant d'envoyer l'information, donner un préavis aux entreprises et aux groupes communautaires qui fournissent des renseignements ainsi que des trousse de mesure du radon. Nous pouvons être un peu mieux préparés pour le lancement à l'automne. »*

++

*« Les gens ont été consternés par l'apathie du gouvernement. Je continue d'installer des systèmes seulement dans les maisons de personnes assez riches puisqu'il n'y a aucune subvention gouvernementale ni même de déduction d'impôt pour ces systèmes. Ironiquement, les personnes qui ont le moins à gagner (durée de vie) se procurent les systèmes alors que de jeunes familles qui devraient installer ces systèmes ne peuvent pas se le permettre. Je vis dans une région où les mesures dépassant 1 000 Bq ne sont pas rares. Comme environ 17 % des maisons dans ma région ont des mesures dépassant 200 Bq et que de nombreuses maisons dépassent 600 Bq, il est déplorable de voir que des dizaines de milliers d'enfants reçoivent pendant leur sommeil une dose de radiation équivalente à trois radiographies pulmonaires par semaine. Les codes du bâtiment modernes et les exigences inadéquates en matière d'air d'appoint ne tiennent pas compte du fait que des gens installent des appareils qui, collectivement, peuvent évacuer des centaines de mètres cubes d'air par minute. Cela entraîne*

*une dépressurisation mesurable et l'aspiration de gaz souterrains. J'espère que ces renseignements vous seront utiles. »*

++

*« À titre de collaborateurs de Santé Canada pour la sensibilisation au radon, nous aurions aimé être informés avant que la carte postale soit envoyée et nous aurions aimé en recevoir une copie. Nous aurions ainsi pu ajuster notre service de soutien téléphonique. » (Présenté initialement en français)*