

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Sensibilisation au VPH à la traîne par rapport à la tendance croissante des cancers associés

Près d'un tiers des hommes (31 %) ne savent pas ce qu'est le VPH

Montréal, QC, 15 avril 2026 — Une étude récente menée par Ipsos pour le compte de Merck Canada met en évidence des lacunes préoccupantes dans la sensibilisation des Canadiens au virus du papillome humain (VPH), en particulier parmi les hommes et les jeunes adultes.

Malgré une augmentation alarmante des cancers liés au VPH, tels que ceux affectant la tête et le cou, la sensibilisation au lien entre le VPH et ces cancers est inquiétante dans plusieurs groupes démographiques. Moins de la moitié des jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (49 %) reconnaissent le VPH comme une infection sexuellement transmissible, et environ un tiers (34%) de ce groupe ignore son existence. Les hommes semblent être particulièrement touchés par ces lacunes en matière de connaissances, avec près de 31 % qui ne sont pas au courant du VPH et près de la moitié des personnes interrogées (44 %) qui ne connaissent pas les conséquences potentielles sur la santé d'une infection persistante au VPH chez les hommes.

Connaissance des cancers liés au VPH mitigée

Le sondage souligne que si le rôle du VPH est souvent associé au cancer du col de l'utérus, il est maintenant une cause principale de certains cancers de la tête et du cou au Canada, affectant de manière disproportionnée les hommes. Pourtant, la sensibilisation à ces tendances est moindre, et les hommes sont moins enclins que les femmes à reconnaître leur rôle dans la réduction des risques liés au VPH. Des barrières sociétales et informationnelles, telles que la gêne et un manque d'informations, peuvent empêcher des discussions ouvertes sur le virus, 71% des adultes identifiant au moins un obstacle.

Besoin d'éducation en santé publique

Les résultats soulignent des opportunités cruciales pour améliorer l'éducation en matière de santé publique, en mettant l'accent sur l'importance de briser la stigmatisation autour du VPH. Des efforts éducatifs continus sont essentiels pour permettre aux Canadiens de participer à des conversations éclairées et d'encourager des actions significatives contre le VPH.

Ces résultats ne couvrent que certaines des questions abordées dans cette enquête. Pour plus de détails sur cette étude, veuillez consulter le rapport complet qui est disponible au téléchargement sur cette page.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Méthodologie du sondage

Les résultats présentés dans ce rapport sommaire sont issus d'un sondage d'Ipsos tenu pour le compte de Merck, du 6 au 11 mars 2026. Un total de 1 000 Canadiens âgés de 18 à 47 ont pris part à ce sondage en ligne. Une pondération en fonction de l'âge, du genre et de la région a été appliquée pour assurer que la composition de l'échantillon final soit représentative de la population canadienne selon les données du recensement. La précision des sondages non-probabilistes d'Ipsos est plutôt mesurée par un intervalle de crédibilité. L'intervalle de crédibilité pour ce sondage est de $\pm 3,8\%$, dans 19 cas sur 20 si tous les Canadiens âgés de 18 à 47 ans avaient été sondés. L'intervalle de crédibilité sera plus large parmi les sous-ensembles de la population. Tous les sondages par échantillon peuvent être soumis à d'autres sources d'erreur, incluant une erreur de couverture ou de mesure.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Derek Brasier
Vice-président, Affaires publiques Ipsos
derek.brasier@ipsos.com

À propos d'Ipsos

Ipsos est l'une des plus grandes firmes d'études de marché et de sondages à l'échelle mondiale. Présente dans 90 marchés, elle emploie plus de 20 000 personnes.

Nos professionnels des études de marché, analystes et scientifiques, tous curieux et passionnés, ont acquis des compétences multidisciplinaires uniques leur permettant de comprendre véritablement les gestes, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des travailleurs, et d'offrir en la matière un éclairage précieux. Nos 75 solutions d'affaires sont basées sur des données primaires issues de nos sondages, du suivi des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

Game Changers – notre slogan – résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer avec assurance dans notre monde en perpétuel changement.

Fondée en France en 1975, Ipsos est inscrite sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société est inscrite à la SBF 120, à l'indice Mid-60 et au STOXX Europe 600 et est admissible au Service de règlement différé (SRD).

Code ISIN : FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com