

Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés  
par le bronzage artificiel

**RAPPORT  
QUINQUENNAL  
DE MISE EN ŒUVRE  
DE LA LOI  
(2018-2023)**

## **Rédaction**

Claudine Forest

Conseillère et infirmière clinicienne

Direction de la santé environnementale et de la santé au travail du ministère de la Santé et des Services sociaux

Guy Bélanger

Attaché d'administration et coordonnateur des volets bronzage, funéraire et laboratoire d'imagerie médicale, responsable des inspecteurs locaux au ministère de la Santé et des Services sociaux

## **Direction**

Marie-France Boudreault

Directrice

Direction de la santé environnementale et de la santé au travail du ministère de la Santé et des Services sociaux

## **Collaboration**

Alexandra Lalonde

Gestionnaire de projet en prévention du cancer et promotion de la santé à la Société canadienne du cancer

Geneviève Defoy

Directrice par intérim

Direction de l'inspection et des enquêtes de l'Ouest du Québec du ministère de la Santé et des Services sociaux

Éric Leclerc

Directeur

Direction de l'inspection et des enquêtes de l'Est du Québec du ministère de la Santé et des Services sociaux

David Raynaud

Gestionnaire à la Défense de l'intérêt public de la Société canadienne du cancer

Mélanie Robillard

Conseillère

Direction de la prévention clinique, de la santé dentaire et des dépistages du ministère de la Santé et des Services sociaux

Pamela Bou Malhab

Conseillère

Direction de la prévention clinique, de la santé dentaire et des dépistages du ministère de la Santé et des Services sociaux

Stéphane Groulx

Médecin-conseil

Direction de la prévention clinique, de la santé dentaire et des dépistages du ministère de la Santé et des Services sociaux

### **Révision**

Isabelle Demers

Coordonnatrice en santé environnementale

Direction de la santé environnementale et de la santé au travail du ministère de la Santé et des Services sociaux

### **Révision linguistique**

Marie-France Leblanc

Consultante externe

### **Édition**

La Direction des communications du ministère de la Santé et des Services sociaux

Le genre masculin utilisé dans ce document désigne aussi bien les femmes que les hommes.

Les photographies contenues dans cette publication ne servent qu'à illustrer les différents sujets abordés. Les personnes y apparaissant sont des figurants.

Tous droits réservés pour tous pays. La reproduction, par quelque procédé que ce soit, la traduction ou la diffusion de ce document, même partielles, sont interdites sans l'autorisation préalable des Publications du Québec. Cependant, la reproduction de ce document ou son utilisation à des fins personnelles, d'étude privée ou de recherche scientifique, mais non commerciale, sont permises à condition d'en mentionner la source.

## **Mot du directeur national de santé publique**

J'ai le plaisir de vous présenter notre rapport quinquennal 2018-2023 portant sur la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel, en vigueur depuis le 11 février 2013.

Nous savons que le bronzage artificiel exerce une certaine attraction chez les jeunes, influencés par les courants de la mode et la publicité des salons de bronzage. Les jeunes ont ainsi tendance à associer peau bronzée à santé et esthétique. Or, rien n'est plus faux! Tout au contraire, les rayons ultraviolets (UV) émis par les appareils de bronzage ou le soleil peuvent faire vieillir rapidement la peau et, surtout, provoquer l'apparition de différents types de cancers, notamment celui de la peau.

Le cancer de la peau est la forme de cancer la plus courante<sup>1</sup>, et l'une de ses principales causes est l'exposition aux rayons UV. Ce type de cancer représente environ le tiers de tous les nouveaux cas de cancer au Canada, et il ne fait qu'augmenter<sup>2</sup>. Les rayons UV sont produits par le soleil ainsi que par les appareils de bronzage<sup>3</sup>. Selon un rapport de l'Organisation mondiale de la santé, l'utilisation des appareils de bronzage avant l'âge de 35 ans peut augmenter de 59 % le risque de mélanome, soit le cancer de la peau le plus meurtrier.

Dans ce contexte, on comprend l'importance de la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel, conçue pour protéger particulièrement les jeunes contre les risques du bronzage artificiel.

Merci aux personnes qui ont ainsi contribué, par leur collaboration, à la prévention des cancers de la peau au sein de la population du Québec.

Le directeur national de santé publique  
et sous-ministre adjoint,



Luc Boileau

---

<sup>1</sup> SOCIÉTÉ CANADIENNE DU CANCER, *Statistiques sur le cancer de la peau autre que le mélanome*, [En ligne]. [\[https://cancer.ca/fr/cancer-information/cancer-types/skin-non-melanoma/statistics\]](https://cancer.ca/fr/cancer-information/cancer-types/skin-non-melanoma/statistics) (Consulté le 24 novembre 2022).

<sup>2</sup> GOUVERNEMENT DU CANADA, *Cancer de la peau*, [En ligne], modifié le 4 septembre 2018. [\[https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/securite-soleil/cancer-peau.html\]](https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/securite-soleil/cancer-peau.html) (Consulté le 2 novembre 2022).

<sup>3</sup> GOUVERNEMENT DU CANADA, *Cancer de la peau*, [En ligne], modifié le 4 septembre 2018. [\[https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/securite-soleil/cancer-peau.html\]](https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/securite-soleil/cancer-peau.html) (Consulté le 2 novembre 2022).

## Table des matières

|                                                                                                                            |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| <b>Introduction</b> .....                                                                                                  | - 1 -  |
| <b>Information et sensibilisation</b> .....                                                                                | - 2 -  |
| Activités et outils d'information et de sensibilisation .....                                                              | - 3 -  |
| <i>Affiches autocollantes obligatoires pour les salons de bronzage</i> .....                                               | - 3 -  |
| <i>Guide explicatif à l'usage des salons de bronzage</i> .....                                                             | - 3 -  |
| <i>Ligne téléphonique sans frais pour information et plaintes</i> .....                                                    | - 3 -  |
| <i>Dépliant d'information</i> .....                                                                                        | - 3 -  |
| <i>Pages Web publiées dans Québec.ca</i> .....                                                                             | - 4 -  |
| <i>Guide des bonnes pratiques en prévention clinique</i> .....                                                             | - 4 -  |
| Campagnes d'information et de sensibilisation menées par le MSSS .....                                                     | - 5 -  |
| Campagnes d'information et de sensibilisation menées par la SCC et financées par le MSSS .....                             | - 6 -  |
| <i>Volet interventionnel : tournée Photomaton UV de la campagne Miss UV</i> .....                                          | - 6 -  |
| <i>Volet médiatique : campagne Miss UV</i> .....                                                                           | - 7 -  |
| <b>Application de la Loi et inspection des salons de bronzage</b> .....                                                    | - 7 -  |
| Inspecteurs .....                                                                                                          | - 8 -  |
| Territoire d'inspection .....                                                                                              | - 8 -  |
| Infractions commises annuellement selon l'article de la Loi .....                                                          | - 10 - |
| <i>Interdiction aux personnes mineures (articles 3, al. 1, et 6, al. 1)</i> .....                                          | - 10 - |
| <i>Publicité destinée aux personnes mineures (article 7, al. 1, par. 1°)</i> .....                                         | - 11 - |
| <i>Publicité fausse ou trompeuse incluant le nom du commerce (article 7, al. 1, par. 2°)</i> .....                         | - 12 - |
| <i>Contenu d'une publicité (article 7, al. 3)</i> .....                                                                    | - 12 - |
| <i>Obligation d'affichage (article 8, al. 1)</i> .....                                                                     | - 13 - |
| <i>Inscription des commerces offrant des services de bronzage au registre des entreprises (articles 9, 21 et 22)</i> ..... | - 14 - |
| <i>Sommaire des infractions à la Loi</i> .....                                                                             | - 15 - |
| Plaintes .....                                                                                                             | - 17 - |
| <b>Conclusion et recommandations</b> .....                                                                                 | - 18 - |
| <b>Annexe I Visuels des campagnes Conseils santé pour l'été et Conseils santé pour l'hiver depuis 2018 au MSSS</b> .....   | - 20 - |
| <b>Annexe II SCC : présentation des campagnes d'information et de sensibilisation</b> .....                                | - 21 - |

## **Liste des tableaux**

|            |                                                                                                     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tableau 1  | Nombre d’inspections menées dans les salons de bronzage annuellement selon la région administrative |
| Tableau 2  | Résultats d’inspection relatifs aux articles 3, al. 1, et 6, al. 1, par année et en nombre          |
| Tableau 3  | Résultats d’inspection relatifs à l’article 7, al. 1, par. 1°, par année et en nombre               |
| Tableau 4  | Résultats d’inspection relatifs à l’article 7, al. 1, par. 2°, par année et en nombre               |
| Tableau 5  | Résultats d’inspection relatifs à l’article 7, al. 3, par année et en nombre                        |
| Tableau 6  | Résultats d’inspection relatifs à l’article 8, al. 1, par année et en nombre                        |
| Tableau 7  | Résultats d’inspection relatifs à l’article 9 par année et en nombre                                |
| Tableau 8  | Proportion de lieux non conformes et nombre d’infractions par année                                 |
| Tableau 9  | Nombre d’infractions par article de la Loi par année                                                |
| Tableau 10 | Répartition des plaintes selon l’article de la Loi visé                                             |

## **Introduction**

Le Centre international de recherche sur le cancer a classé les appareils de bronzage par rayons ultraviolets (UV) comme cancérogènes confirmés pour l'humain, au même niveau que le tabagisme. En plus de leurs effets cancérogènes, les rayons UV sont bien reconnus pour occasionner une immunosuppression et des dommages oculaires, en plus de provoquer, entre autres, le vieillissement de la peau ainsi que l'apparition de rides et de taches brunes.

Selon des données de l'Agence de la santé publique du Canada<sup>4</sup>, le fardeau économique associé aux mélanomes malins de la peau et aux autres tumeurs malignes au Canada, en 2010, était estimé à près de 150 millions \$.

Une seconde étude économique prévoit qu'en 2031, les coûts directs et indirects des cancers de la peau au Canada s'élèveront à plus de 921 millions \$<sup>5</sup>. En 2020, la Société canadienne du cancer (SCC) a estimé à 1 090 le nombre de Québécois ayant reçu un diagnostic de mélanome, dont 280 qui en sont décédés<sup>6</sup>. Il est à noter que le mélanome est le type de cancer de la peau le plus meurtrier.

Le présent rapport fait état du suivi de la mise en œuvre de la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel (RLRQ, c. C-5.2) pour les années 2018 à 2023. Cette loi interdit aux jeunes de moins de 18 ans de fréquenter les commerces offrant des services de bronzage (appelés *salons de bronzage* aux termes définis dans la Loi).

---

<sup>4</sup> AGENCE DE LA SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA, *Le fardeau économique de la maladie au Canada*, [En ligne], modifié le 30 janvier 2023. [<https://cost-illness.canada.ca/index.php?lang=fra>] (Consulté le 30 janvier 2023).

<sup>5</sup> PARTENARIAT CANADIEN CONTRE LE CANCER, *The Economic Burden of Skin Cancer in Canada: Current and Projected*, [Fichier PDF], [s. l.], [s. n.], 2010, 184 p. [[krueger.ca/wp-content/uploads/2015/08/skincancer.pdf](http://krueger.ca/wp-content/uploads/2015/08/skincancer.pdf)].

<sup>6</sup> SOCIÉTÉ CANADIENNE DU CANCER, *Rapport sur les habitudes des jeunes à l'égard des rayons UV 2020*, Société canadienne du cancer, 2021. [Disponible sur demande].

La Loi a été adoptée par le gouvernement le 5 juin 2012 et sanctionnée le 6 juin suivant. Son entrée en vigueur a eu lieu le 11 février 2013 (décret 18-2013). Un premier rapport quinquennal a été déposé comme convenu le 12 février 2018<sup>7</sup>. Ce deuxième rapport quinquennal revêt un caractère obligatoire en vertu de l'article 24 de la Loi. Cet article précise que :

« Le ministre doit, au plus tard le 11 février 2018, et par la suite tous les cinq ans, faire rapport au gouvernement sur la mise en œuvre de la présente loi et sur l'opportunité de la modifier.

Tout rapport visé par le premier alinéa est déposé par le ministre dans les 30 jours suivants à l'Assemblée nationale ou, si elle ne siège pas, dans les 30 jours de la reprise de ses travaux. La commission compétente de l'Assemblée nationale étudie ce rapport dans l'année qui suit la date de son dépôt<sup>8</sup>. »

## **Information et sensibilisation**

Le 29 mai 2012, devant la Commission de la santé et des services sociaux, chargée de l'étude article par article du projet de loi n° 74, Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel, le ministre de la Santé et des Services sociaux, monsieur Yves Bolduc, a manifesté sa volonté d'accompagner l'adoption du projet de loi n° 74 d'une campagne d'information et de sensibilisation pour la population et particulièrement pour les jeunes susceptibles de fréquenter les salons de bronzage :

« Mon ministère prévoit d'ailleurs la mise en place d'une campagne d'information et de sensibilisation du grand public à la prévention des cancers de la peau dans les mois qui suivront l'adoption de la loi 74. Cette campagne concernera non seulement la problématique du bronzage artificiel, mais aussi les mesures de protection, en particulier chez les jeunes, contre les rayons ultraviolets du soleil qui sont également cancérigènes<sup>9</sup>. »

Encore aujourd'hui, il reste pertinent d'accompagner la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel de campagnes d'information et de sensibilisation pour les jeunes susceptibles de fréquenter les salons de bronzage. C'est pourquoi les actions suivantes se sont poursuivies ou ont été prises durant les années 2018 à 2023.

---

<sup>7</sup> QUÉBEC, MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel : rapport quinquennal de mise en œuvre de la Loi (2013-2018)*, [Fichier PDF], [Québec], Ministère de la Santé et des Services sociaux, c2018, 21 p. + annexes.

[[https://www.assnat.qc.ca/Media/Process.aspx?MediaId=ANQ.Vigie.Bll.DocumentGenerique\\_135997&process=Original&token=ZyMoxNwUn8ikQ+TRKYwPCjWrKwg+vIv9rjj7p3xLGTZDmLVSmJLoqe/vG7/YWzz](https://www.assnat.qc.ca/Media/Process.aspx?MediaId=ANQ.Vigie.Bll.DocumentGenerique_135997&process=Original&token=ZyMoxNwUn8ikQ+TRKYwPCjWrKwg+vIv9rjj7p3xLGTZDmLVSmJLoqe/vG7/YWzz)].

<sup>8</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel : RLRQ, chapitre C-5.2*, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 24. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

<sup>9</sup> QUÉBEC, MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel : rapport quinquennal de mise en œuvre de la Loi (2013-2018)*, [Fichier PDF], [Québec], Ministère de la Santé et des Services sociaux, c2018, p. 5.  
[[https://www.assnat.qc.ca/Media/Process.aspx?MediaId=ANQ.Vigie.Bll.DocumentGenerique\\_135997&process=Original&token=ZyMoxNwUn8ikQ+TRKYwPCjWrKwg+vIv9rjj7p3xLGTZDmLVSmJLoqe/vG7/YWzz](https://www.assnat.qc.ca/Media/Process.aspx?MediaId=ANQ.Vigie.Bll.DocumentGenerique_135997&process=Original&token=ZyMoxNwUn8ikQ+TRKYwPCjWrKwg+vIv9rjj7p3xLGTZDmLVSmJLoqe/vG7/YWzz)]

## Activités et outils d'information et de sensibilisation

### ***Affiches autocollantes obligatoires pour les salons de bronzage***

Le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) rend disponibles deux affiches autocollantes obligatoires pour les salons de bronzage. L'une, intitulée *18 +, c'est la loi!*, indique l'interdiction des salons de bronzage aux jeunes de moins de 18 ans, et l'autre, *Mise en garde*, constitue une mise en garde contre les effets nocifs du bronzage artificiel<sup>10</sup>.

Pour la période allant du 1<sup>er</sup> janvier 2018 au 31 octobre 2022, les quantités suivantes de ces outils ont été distribuées :

- plus de 3 600 affiches autocollantes *18 +, c'est la loi!*;
- 3 159 affiches autocollantes *Mise en garde*.

### ***Guide explicatif à l'usage des salons de bronzage***

Le *Guide explicatif à l'usage des salons de bronzage* a été publié pour aider les exploitants de salons de bronzage à bien comprendre la Loi<sup>11</sup>. Entre le 1<sup>er</sup> janvier 2018 et le 14 septembre 2022, la page Web du guide a été consultée 665 fois et il y a eu 148 téléchargements du guide.

### ***Ligne téléphonique sans frais pour information et plaintes***

Le MSSS a mis en place une ligne téléphonique sans frais (1 855 RAYON-UV) dès l'entrée en vigueur de la Loi. Cette ligne permet à la population, ainsi qu'aux exploitants, d'obtenir de l'information ou encore de formuler une plainte. Des agents de la Direction de l'inspection et des enquêtes (DIE) du MSSS sont responsables de répondre aux appels. Entre le 1<sup>er</sup> avril 2018 et septembre 2022, 222 appels concernant le bronzage ont été reçus.

### ***Dépliant d'information***

Un dépliant d'information imprimé et électronique grand public existe et s'intitule *Le bronzage pourrait avoir votre peau!*<sup>12</sup>. Ce dépliant porte sur la prévention des cancers de la peau causés autant par le soleil que par les appareils de bronzage artificiel. Entre le 1<sup>er</sup> janvier 2018 et le 14 septembre 2022, la page Web du dépliant a été consultée 563 fois et il y a eu 312 téléchargements du dépliant. De plus, entre le 1<sup>er</sup> janvier 2018 et le 31 octobre 2022, le MSSS a fait parvenir par la poste 2 715 dépliants imprimés.

---

<sup>10</sup> Les deux affiches autocollantes sont disponibles sur le site Internet du MSSS :

<https://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/recherche/?txt=salon+de+bronzage&rechercher=Lanc%20er+la+recherche&msss%20valpub>.

<sup>11</sup> Ce guide est disponible sur le site Internet du MSSS : <https://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/document-000302/>.

<sup>12</sup> Le dépliant est disponible à l'adresse suivante : <https://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/document-000049>.

### **Pages Web publiées dans Québec.ca**

Deux pages Web pour diffusion auprès du grand public sont disponibles sur le site Internet du gouvernement du Québec (Québec.ca). La première porte sur le bronzage et vise à décrire les rayons UV et leurs impacts sur la santé<sup>13</sup>. La seconde présente les personnes à risque ainsi que les mesures à adopter afin de se protéger des effets néfastes des rayons UV<sup>14</sup>.

Du 4 juin 2018 au 6 novembre 2022, la première page Web a été consultée 41 035 fois en français et 2 016 fois en anglais, alors que la deuxième page a été vue 21 396 fois en français et 1 591 fois en anglais.

### **Guide des bonnes pratiques en prévention clinique**

La Direction de la prévention clinique, de la santé dentaire et des dépistages (DPCSDD) du MSSS est responsable d'élaborer et de diffuser les recommandations du directeur national de santé publique à l'intention des professionnels de la santé de première ligne. Ces professionnels sont médecins de famille, infirmiers, pharmaciens ou autres. En 2017, la DPCSDD a lancé le Guide des bonnes pratiques en prévention clinique<sup>15</sup>, avec la collaboration d'autres directions du MSSS et des organisations externes concernées telles que des instituts ainsi que des ordres et associations professionnels.

Les mesures de prévention clinique recommandées dans le guide<sup>16</sup> renvoient à un ensemble d'interventions préventives offertes sur une base individuelle par un professionnel de la santé à sa patientèle. Elles visent à accroître les années de vie en bonne santé par l'action avant la phase symptomatique d'un problème de santé.

Depuis 2019, le guide contient, dans la rubrique Enfants et adolescents, une fiche intitulée Protection contre le rayonnement ultraviolet (UV) chez les enfants et les adolescents. Une mise à jour de cette fiche est en cours. On prévoit également ajouter au guide une fiche pour les adultes. Cette fiche mettra l'accent sur les risques de cancers de la peau associés à la fréquentation des salons de bronzage.

---

<sup>13</sup> Voir <https://www.quebec.ca/sante/conseils-et-prevention/sante-et-environnement/bronzage>.

<sup>14</sup> Voir <https://www.quebec.ca/sante/conseils-et-prevention/sante-et-environnement/se-protger-du-soleil-et-des-rayons-uv>.

<sup>15</sup> L'adresse du site Internet est la suivante : <https://www.msss.gouv.qc.ca/professionnels/prevention-clinique/guide-des-bonnes-pratiques/>.

<sup>16</sup> Pour consulter ces mesures, voir <https://www.msss.gouv.qc.ca/aide-decision-app/conclusion.php?situation=pc-adulte>.

La DPCSDD élabore aussi des modules de formation en ligne pour les professionnels de la santé en appui aux fiches du guide. Illustrés de cas cliniques, ces modules de formation sont gratuits et crédités. Un module portant sur la protection contre le rayonnement UV est en élaboration. Il comprendra une courte capsule vidéo destinée à la population qui sera diffusée sur le canal YouTube<sup>17</sup> et la page Facebook<sup>18</sup> du MSSS. Enfin, sur la page s'adressant à la population Prévenir les problèmes de santé<sup>19</sup>, l'information sur la protection contre le rayonnement UV déjà présentée dans la rubrique Enfance et adolescence sera mise à jour, et la rubrique Âge adulte sera ajoutée.

## **Campagnes d'information et de sensibilisation menées par le MSSS**

**Le MSSS organise des campagnes communicationnelles dont la sensibilisation aux effets des rayons UV fait partie.**

Ces campagnes ont pour dénominations Conseils santé pour l'été et Conseils santé pour l'hiver. Leur message indique qu'il est important de limiter son exposition aux rayons UV. Entre l'hiver 2018 et l'été 2022, le MSSS a investi près de 70 000 \$ en différents moyens de communication. Ces moyens sont les suivants :

- Achat de mots clés;
- Placements Facebook et Instagram;
- Boutons Web en trois formats;
- Nouvelles Web pour le site du MSSS, Québec.ca, l'intranet ministériel, l'intranet réseau et les partenaires;
- Trousses pour les partenaires et le réseau.

Les visuels de ces campagnes, diffusés depuis 2018, sont présentés à l'annexe I.

---

<sup>17</sup> Le canal YouTube du MSSS se trouve à l'adresse suivante :

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=msss+pr%C3%A9vention+clinique](https://www.youtube.com/results?search_query=msss+pr%C3%A9vention+clinique).

<sup>18</sup> La page Facebook du MSSS se trouve à l'adresse suivante :

<https://www.facebook.com/SanteServicesSociauxQuebec/videos>.

<sup>19</sup> Voir [https://www.quebec.ca/sante/conseils-et-prevention/prevention-des-accidents-des-lesions-et-des-maladies/prevenir-les-problemes-de-sante/a-propos?utm\\_campaign=MSSS\\_GBPPC\\_2020&utm\\_medium=print&utm\\_source=print](https://www.quebec.ca/sante/conseils-et-prevention/prevention-des-accidents-des-lesions-et-des-maladies/prevenir-les-problemes-de-sante/a-propos?utm_campaign=MSSS_GBPPC_2020&utm_medium=print&utm_source=print).

## **Campagnes d'information et de sensibilisation menées par la SCC et financées par le MSSS**

La SCC est une société dont la raison d'être est d'unir tous les Canadiens contre le cancer. Sa mission est d'améliorer la vie des personnes touchées par le cancer. Parmi les actions portées, elle offre du financement de recherche sur plus de 100 types de cancers au pays. Elle sensibilise la population aux moyens de réduire son risque ainsi que sur la détection précoce de certains types de cancers. De plus, elle offre des services de soutien pour aider les personnes atteintes de cancer et leurs proches à vivre avec celui-ci au quotidien.

Une campagne d'information et de sensibilisation, composée de diverses activités s'adressant aux jeunes âgés de 15 à 24 ans, a été menée durant les années 2018 à 2022 par la SCC, avec la contribution financière du MSSS, en vue de dénoncer les risques du bronzage pour la santé. Il est à noter qu'en raison du contexte de la pandémie de COVID-19, aucune activité de sensibilisation de la SCC n'a été effectuée en 2020.

Cette campagne comportait deux volets. L'un était de type interventionnel, et l'autre était de type médiatique. Le premier volet incluait la tournée Photomaton UV, tandis que le deuxième volet comprenait surtout des interventions médiatiques sur les réseaux sociaux. L'annexe II, intitulée *SCC : présentation des campagnes d'information et de sensibilisation*, décrit ces deux volets plus en détail.

Selon les chiffres obtenus auprès de la SCC, les deux volets combinés ont permis à la SCC de joindre, de 2018 à 2022, une large part de la jeunesse québécoise. Il est à noter que le contexte et les conséquences de la pandémie de COVID-19 ont engendré plusieurs changements et arrêts dans le déploiement des activités de sensibilisation de la SCC. Par ailleurs, ces deux volets ont été évalués à quelques reprises. Les résultats des évaluations ont démontré une grande rétention des messages véhiculés et une appréciation marquée des activités par les jeunes.

### **Volet interventionnel : tournée Photomaton UV de la campagne Miss UV**

La tournée Photomaton UV est organisée et gérée par la SCC. Lors de cette tournée, des photographies UV de visages de jeunes sont prises à l'aide d'une caméra avec un filtre qui expose les zones saines et celles endommagées par les rayons UV. Des bénévoles, issus du domaine de la santé et des services sociaux, recrutés et formés par la SCC, interprètent par la suite la photo UV et offrent des conseils personnalisés de protection contre les rayons UV, qu'ils soient d'origine naturelle ou artificielle.

En plus de la prise de photos, l'activité pédagogique intitulée *Trousse mythes et réalités du bronzage; tu ne gagnes rien à bronzer* est présentée aux jeunes. Cette activité consiste en une présentation PowerPoint avec un audio intégré qui fournit davantage d'information sur les principaux mythes et réalités concernant l'exposition aux rayons UV.

Tous les événements de la tournée Photomaton UV sont offerts gratuitement aux milieux fréquentés par les 15 à 24 ans, notamment les écoles secondaires. Chaque événement est réalisé en collaboration avec le milieu.

Toutefois, en raison des restrictions engendrées par la pandémie de COVID-19, la SCC a dû suspendre les événements de sa tournée Photomaton UV de 2020 à 2022. La SCC a dû réaliser un plan d'action adapté au nouveau contexte en gardant en tête l'importance d'investir les fonds dans des projets de prévention du cancer de la peau chez les jeunes. C'est avec la collaboration du MSSS que la SCC a créé un sondage d'évaluation des perceptions et des habitudes liées au bronzage, naturel et artificiel, ainsi que d'évaluation des pistes d'action en prévention du cancer de la peau auprès des jeunes. Celui-ci a été réalisé par une firme d'évaluation à l'automne 2020. Le rapport du sondage peut être rendu disponible pour consultation sur demande.

### **Volet médiatique : campagne Miss UV**

Le volet médiatique comportait de l'achat publicitaire et des publications de divers contenus en lien avec les messages clés de la campagne sur les médias sociaux (site Web, Facebook et Instagram). Quelques relations de presse lors de la tournée Photomaton UV ont également eu lieu. Ces actions avaient principalement pour but de sensibiliser davantage les jeunes aux rayons UV et d'augmenter la visibilité à la campagne.

## **Application de la Loi et inspection des salons de bronzage**

En avril 2012, dans un but d'optimisation, les autorités du MSSS ont pris la décision de regrouper l'ensemble des activités d'inspection au sein d'une seule direction, soit la DIE. Anciennement le Service de lutte contre le tabagisme, la DIE a vu son domaine d'intervention être élargi. La DIE se consacre actuellement à l'application de Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel, de la Loi concernant la lutte contre le tabagisme, de la Loi encadrant le cannabis, du Règlement sur la certification des résidences privées pour aînés, du Règlement sur la certification des ressources communautaires ou privées offrant de l'hébergement en dépendance, des dispositions relatives aux secteurs des prothèses et orthèses de la Loi sur les laboratoires médicaux et sur la conservation des organes et des tissus, de la Loi sur les activités funéraires de même que de la Loi visant à lutter contre la maltraitance envers les aînés et toute autre personne majeure en situation de vulnérabilité.

## **Inspecteurs**

L'inspection ministérielle exerce un rôle de surveillance du respect des mesures prévues à la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel. La DIE compte 54 postes d'inspecteurs ministériels nommés pour l'application de l'ensemble des lois sous sa responsabilité.

En vertu de l'article 10 de la Loi, les inspecteurs agissent comme tels après avoir été autorisés à le faire par une autorité au niveau provincial ou régional ou par une municipalité au niveau local.

Les pouvoirs conférés aux inspecteurs sont prévus à l'article 12 de la Loi. Cet article énumère les pouvoirs que les inspecteurs détiennent dans le cadre de l'inspection des salons de bronzage, et ce, conformément aux responsabilités décrites dans leur acte de nomination. Le champ d'intervention des inspecteurs est limité à la surveillance du respect des mesures uniquement sur leur territoire. Seul le MSSS emploierait des inspecteurs pour l'application de la Loi.

## **Territoire d'inspection**

En 2022, la DIE considérait que le nombre de salons de bronzage actifs sur le territoire québécois s'élevait à environ 700. Un plan de couverture a été mis en place afin que l'ensemble des salons de bronzage soit inspecté tous les 5 ans, ce qui représente environ 140 salons par année. Selon ce plan de couverture, le nombre de visites a été atteint, sauf pour l'année 2020-2021, qui marquait un temps de pause des visites à cause des circonstances liées à la pandémie de COVID-19. Durant cette période pandémique, les activités d'inspection ont été réduites, même mises sur pause pour la durée des fermetures de commerces, dont les salons de bronzage. En revanche, dans le cadre de leurs activités habituelles, les inspecteurs ont été affectés à d'autres types d'inspections, notamment dans le domaine des résidences privées pour aînés.

Au total, 1 003 visites d'inspection ont été effectuées pendant la période du 1er avril 2018 au 1er septembre 2022 (tableau 1). On compte 4 717 visites d'inspection depuis la mise en vigueur de la Loi en 2013. Les régions du Nunavik et des Terres-Cries-de-la-Baie-James sont exclues du fait qu'il n'y aurait pas de salons ou d'offres de bronzage dans ces régions.

Tableau 1 Nombre d’inspections menées dans les salons de bronzage annuellement selon la région administrative

| Région administrative            | Avril 2018-<br>mars 2019 | Avril 2019-<br>mars 2020 | Avril 2020-<br>mars 2021 | Avril 2021-<br>mars 2022 | Avril 2022-<br>1 <sup>er</sup> sept.<br>2022 | Total |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------|-------|
| 01-Bas-Saint-Laurent             | 27                       | 15                       | 2                        | 12                       | 1                                            | 57    |
| 02-Saguenay–Lac-Saint-Jean       | 7                        | 5                        | 1                        | 3                        | 0                                            | 16    |
| 03-Capitale-Nationale            | 37                       | 19                       | 11                       | 16                       | 23                                           | 106   |
| 04-Mauricie et Centre-du-Québec  | 21                       | 7                        | 5                        | 13                       | 0                                            | 46    |
| 05-Estrie                        | 13                       | 17                       | 7                        | 28                       | 2                                            | 67    |
| 06-Montréal                      | 68                       | 13                       | 1                        | 13                       | 4                                            | 99    |
| 07-Outaouais                     | 0                        | 4                        | 3                        | 1                        | 0                                            | 8     |
| 08-Abitibi-Témiscamingue         | 12                       | 3                        | 0                        | 0                        | 0                                            | 15    |
| 09-Côte-Nord                     | 8                        | 4                        | 0                        | 0                        | 0                                            | 12    |
| 10-Nord-du-Québec                | 0                        | 0                        | 0                        | 0                        | 0                                            | 0     |
| 11-Gaspésie Îles-de-la-Madeleine | 9                        | 3                        | 3                        | 5                        | 0                                            | 20    |
| 12-Chaudière-Appalaches          | 58                       | 9                        | 4                        | 37                       | 13                                           | 121   |
| 13-Laval                         | 22                       | 3                        | 6                        | 4                        | 0                                            | 35    |
| 14-Lanaudière                    | 49                       | 17                       | 11                       | 49                       | 2                                            | 128   |
| 15-Laurentides                   | 22                       | 21                       | 7                        | 12                       | 1                                            | 63    |
| 16-Montérégie                    | 90                       | 42                       | 27                       | 49                       | 2                                            | 210   |
| <b>Total</b>                     | 443                      | 182                      | 88                       | 242                      | 48                                           | 1003  |

Des inspections dans de nouveaux salons sont effectuées aussitôt leur ouverture commerciale connue par la DIE. Lors de cette première inspection, les inspecteurs sensibilisent l’exploitant à l’offre de services aux personnes ayant moins de 18 ans.

## Infractions commises annuellement selon l'article de la Loi

### Interdiction aux personnes mineures (articles 3, al. 1, et 6, al. 1)

Article 3, al. 1 : « L'exploitant d'un salon de bronzage ne peut offrir des services de bronzage artificiel à une personne mineure dans le salon qu'il exploite, lui en permettre l'utilisation ou lui permettre, sans excuse légitime, d'avoir accès à une salle du salon où est installé un appareil émettant des rayonnements ultraviolets utilisé pour le bronzage artificiel<sup>20</sup>. »

Article 6, al. 1 : « Une personne mineure ne peut :

- 1° acheter, pour elle-même ou pour autrui, ou utiliser des services de bronzage artificiel offerts dans un salon de bronzage;
- 2° se trouver, sans excuse légitime, dans une salle d'un salon de bronzage où est installé un appareil émettant des rayonnements ultraviolets utilisé pour le bronzage artificiel;
- 3° se présenter faussement comme une personne majeure pour obtenir des services de bronzage artificiel ou se trouver dans une salle visée au paragraphe 2<sup>21</sup>. »

La compréhension du terme *exploitant* est essentielle pour bien apprécier la portée des articles de la Loi. L'exploitant peut être le propriétaire, le locataire, le gestionnaire ou l'administrateur du salon de bronzage. La notion d'exploitant réfère donc à la personne physique ou morale, ou encore à son mandataire, qui est responsable de faire respecter la Loi dans un salon de bronzage donné et qui en assure la direction.

Peu de vérifications des articles 3 et 6 de la Loi ont pu être effectuées pendant la période couverte par ce rapport (tableau 2). Les personnes d'âge mineur achetant un service de bronzage se trouvent en infraction, donc sans immunité selon la Loi. Il est toujours impossible pour le MSSS d'effectuer des opérations de contrôle avec des mineurs qu'il pourrait embaucher. Les vérifications doivent donc s'effectuer par l'observation des inspecteurs.

Il est impossible d'estimer le nombre d'infractions qui pourraient avoir lieu advenant le recours à des tentatives d'achat par des mineurs.

<sup>20</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 3, al. 1. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

<sup>21</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 6, al. 1. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

Tableau 2 Résultats d'inspection relatifs aux articles 3, al. 1, et 6, al. 1, par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 1                    | 2                    | 1                    | 0                    | 0                                     | 4     |
| Rapports d'infraction généraux | 0                    | 0                    | 0                    | 0                    | 0                                     | 0     |

### Publicité destinée aux personnes mineures (article 7, al. 1, par. 1°)

Article 7, al. 1, par. 1° : « Est interdite toute publicité directe ou indirecte en faveur du bronzage artificiel qui est :

1°) destinée aux personnes mineures;

<sup>22</sup>[...] »

Les avis écrits de non-respect en lien avec cette disposition étaient généralement reliés à de la publicité visant les jeunes qui était faite directement dans le lieu offrant des services de bronzage avec un feuillet publicitaire ou encore sur Internet (tableau 3).

Tableau 3 Résultats d'inspection relatifs à l'article 7, al. 1, par. 1°, par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 5                    | 1                    | 2                    | 7                    | 1                                     | 16    |
| Rapports d'infraction généraux | 0                    | 0                    | 1                    | 0                    | 0                                     | 1     |

<sup>22</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 7, al. 1, par. 1°. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

### Publicité fausse ou trompeuse incluant le nom du commerce (article 7, al. 1, par. 2°)

Article 7, al. 1, par. 2° : « Est interdite toute publicité directe ou indirecte en faveur du bronzage artificiel qui est :

[...]

2°) fausse ou trompeuse ou susceptible de créer une fausse impression sur les effets ou les dangers du bronzage artificiel sur la santé, notamment si elle laisse croire à l'innocuité des appareils de bronzage artificiel<sup>23</sup>. »

Des études ayant démontré qu'il y avait un lien entre l'utilisation des appareils de bronzage et les cancers de la peau, toute publicité qui associe le bronzage artificiel par rayons UV à des bienfaits pour la santé est passible d'une amende. Cette interdiction s'applique également au nom du salon de bronzage.

Du 1<sup>er</sup> avril 2018 au 1<sup>er</sup> septembre 2022, 29 avis écrits de non-respect et rapports d'infraction généraux ont été émis relativement à cette interdiction (tableau 4).

Tableau 4 Résultats d'inspection relatifs à l'article 7, al. 1, par. 2°, par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 10                   | 4                    | 2                    | 10                   | 1                                     | 27    |
| Rapports d'infraction généraux | 0                    | 2                    | 0                    | 0                    | 0                                     | 2     |

Compte tenu des diverses interprétations possibles en matière de publicité, le MSSS n'impose généralement pas de sanction à la première infraction et transmet un avis écrit de non-respect de la Loi.

### Contenu d'une publicité (article 7, al. 3)

Article 7, al. 3 : « De plus, toute publicité en faveur du bronzage artificiel doit indiquer clairement qu'il est interdit d'offrir des services de bronzage artificiel à une personne mineure et contenir la mise en garde attribuée au ministre prévue par règlement et portant sur les effets nocifs du bronzage artificiel sur la santé<sup>24</sup>. »

<sup>23</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 7, al. 1, par. 2°. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

<sup>24</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 7, al. 3. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

Cette obligation s'applique à toutes les publicités en faveur du bronzage artificiel. Sur chacune de ces publicités doit apparaître un logo indiquant « 18 + » ou encore une mention telle que la suivante : « Il est interdit à toute personne mineure d'utiliser les services de bronzage artificiel par rayons ultraviolets de cet établissement. » Beaucoup d'avis écrits de non-respect ont été émis relativement à cette obligation, et plus de 10 dossiers de poursuite ont été soumis au ministère de la Justice pour approbation (tableau 5).

Contrairement, par exemple, au Règlement d'application de la Loi concernant la lutte contre le tabagisme, il n'existe aucun règlement d'application de la Loi précisant les normes applicables à la mise en garde sur les effets nocifs du bronzage artificiel attribuée au ministre dans la publicité des salons de bronzage.

Tableau 5 Résultats d'inspection relatifs à l'article 7, al. 3, par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 62                   | 26                   | 11                   | 35                   | 9                                     | 143   |
| Rapports d'infraction généraux | 4                    | 6                    | 0                    | 1                    | 0                                     | 11    |

#### **Obligation d'affichage (article 8, al. 1)**

Article 8, al. 1 : « L'exploitant d'un salon de bronzage doit, dès que le ministre les lui fournit, afficher l'interdiction d'offrir des services de bronzage artificiel à une personne mineure ainsi que la mise en garde attribuée au ministre et portant sur les effets nocifs du bronzage artificiel sur la santé. Ces affiches doivent être installées à la vue du public sur la face extérieure de chaque porte donnant accès au salon ainsi que sur chaque caisse enregistreuse utilisée pour le paiement des services de bronzage artificiel ou à proximité de chacune de ces caisses<sup>25</sup>. »

<sup>25</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 8, al. 1. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

Du 1<sup>er</sup> avril 2018 au 1<sup>er</sup> septembre 2022, 138 avis écrits de non-respect et rapports d'infraction généraux ont été émis en lien avec l'alinéa 1 de l'article 8 de la Loi (tableau 6).

Tableau 6 Résultats d'inspection relatifs à l'article 8, al. 1, par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 61                   | 24                   | 10                   | 33                   | 7                                     | 135   |
| Rapports d'infraction généraux | 1                    | 2                    | 0                    | 0                    | 0                                     | 3     |

### **Inscription des commerces offrant des services de bronzage au registre des entreprises (articles 9, 21 et 22)**

Article 9 : « L'offre de services de bronzage artificiel est une activité qui doit être déclarée au registre des entreprises tenu conformément à la Loi sur la publicité légale des entreprises (chapitre P-44.1) dans les 30 jours suivant le début de l'exploitation d'un salon de bronzage.

La cessation de cette activité doit également être déclarée au même registre dans les 30 jours où elle survient<sup>26</sup>. »

Bien que l'on compte 77 avis écrits de non-respect et rapports d'infraction généraux relativement à l'article 9 du 1<sup>er</sup> avril 2018 au 1<sup>er</sup> septembre 2022 (tableau 7), les exploitants se conforment généralement bien à cette disposition après la visite de l'inspecteur. Il importe aussi de préciser que le registre des entreprises ne permet pas de générer des données fiables quant au nombre de salons de bronzage. Il n'est donc pas possible, contrairement à ce qu'il avait été prévu, de suivre fidèlement l'évolution des salons de bronzage dans le temps sur le territoire québécois. Néanmoins, ce registre permet aux inspecteurs de disposer d'informations pertinentes pour chacun des commerces de manière indépendante.

<sup>26</sup> QUÉBEC, *Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel* : RLRQ, chapitre C-5.2, à jour au 15 octobre 2022, [En ligne], art. 9. [<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-5.2>].

Tableau 7 Résultats d'inspection relatifs à l'article 9 par année et en nombre

| Résultats d'inspection         | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Avis écrits de non-respect     | 31                   | 20                   | 4                    | 15                   | 6                                     | 76    |
| Rapports d'infraction généraux | 1                    | 0                    | 0                    | 0                    | 0                                     | 1     |

### Sommaire des infractions à la Loi

Le tableau 8 présente le sommaire des lieux non conformes de même que l'ensemble des infractions constatées au fil des années par rapport au nombre de lieux différents visités. Il est à noter que plusieurs infractions peuvent avoir été constatées dans un même lieu lors d'une même inspection. De plus, une infraction constatée peut avoir fait l'objet, ou non, d'un avis écrit de non-respect et/ou d'un rapport d'infraction général.

Tableau 8 Proportion de lieux non conformes et nombre d'infractions par année

| Proportion de lieux non conformes et nombre d'infractions | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total |
|-----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------|
| Nombre de lieux non conformes                             | 119                  | 58                   | 20                   | 65                   | 15                                    | 277   |
| Nombre de lieux visités <sup>27</sup>                     | 425                  | 180                  | 85                   | 220                  | 47                                    | 957   |
| Proportion de lieux non conformes                         | 28 %                 | 32 %                 | 24 %                 | 30 %                 | 32 %                                  | 29 %  |
| Nombre d'infractions                                      | 270                  | 87                   | 31                   | 101                  | 24                                    | 513   |

Le taux de non-conformité a diminué par rapport à 2013-2018 pour se maintenir autour de 30 % tout au long du dernier quinquennat et indique que le travail doit continuer. La sensibilisation des exploitants à leurs responsabilités doit donc être maintenue, d'autant plus que de nouveaux salons pourraient ouvrir dans les prochaines années. Il faut préciser que ce tableau donne la non-conformité des lieux, tous les articles de la Loi confondus. Il se peut alors que le non-respect d'un seul article suffise à engendrer la non-conformité totale.

<sup>27</sup> Les lieux visités réfèrent à des lieux d'adresses différentes.

Le tableau 9 présente la ventilation du nombre d’infractions selon l’article de la Loi.

Tableau 9 Nombre d’infractions par article de la Loi par année

| Article de la Loi visé                | Avril 2018-mars 2019 | Avril 2019-mars 2020 | Avril 2020-mars 2021 | Avril 2021-mars 2022 | Avril 2022-1 <sup>er</sup> sept. 2022 | Total (infractions) |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|---------------------|
| Article 3, al. 1                      | 1                    | 2                    | 1                    | 0                    | 0                                     | 4                   |
| Article 6, al. 1                      | 0                    | 0                    | 0                    | 0                    | 0                                     | 0                   |
| Article 7, al. 1, par. 1 <sup>o</sup> | 5                    | 1                    | 3                    | 7                    | 1                                     | 17                  |
| Article 7, al. 1, par. 2 <sup>o</sup> | 104                  | 6                    | 2                    | 10                   | 1                                     | 123                 |
| Article 7, al. 3                      | 66                   | 32                   | 11                   | 36                   | 9                                     | 154                 |
| Article 8, al. 1                      | 62                   | 26                   | 10                   | 33                   | 7                                     | 138                 |
| Article 9                             | 32                   | 20                   | 4                    | 15                   | 6                                     | 77                  |
| <b>Total</b>                          | 270                  | 87                   | 31                   | 101                  | 24                                    | 513                 |

Selon ces données, on constate que l’article de la Loi ayant entraîné le plus d’infractions est l’article 7, al. 3, en vertu duquel la publicité en faveur du bronzage artificiel doit indiquer clairement qu’il est interdit d’offrir des services de bronzage artificiel à une personne mineure et contenir la mise en garde attribuée au ministre prévue par règlement et portant sur les effets nocifs du bronzage artificiel sur la santé. En revanche, les articles de la Loi ayant entraîné les plus faibles nombres d’infractions sont en lien avec les articles correspondant aux objectifs principaux de la Loi, c’est-à-dire :

- l’interdiction à un exploitant d’offrir des services de bronzage à une personne mineure (article 3, al. 1; 4 infractions);
- l’interdiction à une personne mineure d’acheter des services de bronzage et l’interdiction à une personne mineure de se trouver dans un salon de bronzage (article 6, al. 1, par. 1 et 2; aucune infraction);
- l’interdiction de publicité destinée aux personnes mineures (article 7, al. 1, par. 1; 17 infractions).

## **Plaintes**

La DIE accorde une grande importance aux plaintes qu'elle reçoit. Celles-ci lui permettent, dans une certaine mesure, d'assurer le respect de la Loi et représentent, pour elle, une source d'information privilégiée pour orienter ses actions. Lorsque la DIE reçoit une plainte, celle-ci est traitée en priorité par un inspecteur qui se rend dans la région concernée. Les plaintes sont, dans la mesure du possible, traitées dans les 30 jours suivant leur réception. Si toutefois le plaignant ne voit pas de changement après 60 jours suivant le dépôt de sa plainte, il est invité à recontacter la DIE. Pour les plaintes ciblées à un moment précis (ex. : un salon x acceptera de vendre des services de bronzage aux mineurs dans la semaine), un inspecteur traitera la plainte au moment précisé. Le tableau ci-dessous établit le portrait des plaintes reçues depuis avril 2018. Le nombre de plaintes est resté stable pendant le dernier quinquennat.

Tableau 10 Répartition des plaintes selon l'article de la Loi visé

| <b>Article de la Loi visé</b>         | <b>Avril 2018-mars 2019</b> | <b>Avril 2019-mars 2020</b> | <b>Avril 2020-mars 2021</b> | <b>Avril 2021-mars 2022</b> | <b>Avril 2022-1<sup>er</sup> sept. 2022</b> | <b>Total</b> |
|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|--------------|
| Article 3, al. 1                      | 0                           | 0                           | 1                           | 1                           | 1                                           | 3            |
| Article 6, al. 1                      | 0                           | 0                           | 0                           | 0                           | 1                                           | 1            |
| Article 7, al. 1, par. 1 <sup>o</sup> | 0                           | 0                           | 0                           | 1                           | 0                                           | 1            |
| Article 7, al. 1, par. 2 <sup>o</sup> | 0                           | 0                           | 0                           | 0                           | 0                                           | 0            |
| Article 7, al. 3                      | 0                           | 1                           | 0                           | 1                           | 1                                           | 3            |
| Article 8, al. 1                      | 0                           | 1                           | 1                           | 2                           | 2                                           | 6            |
| Article 9                             | 0                           | 0                           | 0                           | 0                           | 1                                           | 1            |
| <b>Total</b>                          | 0                           | 2                           | 2                           | 5                           | 6                                           | 15           |

## Conclusion et recommandations

Durant le dernier quinquennat, plusieurs activités et outils ont été produits afin d'informer la population, particulièrement les jeunes de moins de 18 ans, et de la sensibiliser aux effets néfastes des rayons UV. Des affiches obligatoires pour les salons de bronzage ont continué d'être distribuées. Le MSSS a mis à la disposition des exploitants de salons de bronzage un guide explicatif. La population s'est intéressée aux pages Web publiées sur le site Québec.ca et au dépliant d'information grand public intitulé *Le bronzage pourrait avoir votre peau!*. S'ajoutent à cela les campagnes menées par le MSSS et la SCC, qui ont incité la population à diminuer le recours au bronzage naturel ou artificiel.

Malgré le contexte de la pandémie de COVID-19, les inspecteurs du MSSS ont continué leur travail sur le territoire du Québec pour faire appliquer la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel. Selon les données recueillies, le nombre le plus élevé d'infractions a été constaté avec l'article portant sur la publicité destinée aux personnes mineures. De plus, les articles qui ont entraîné les plus faibles nombres d'infractions ont été en lien avec les articles correspondant aux objectifs principaux de la Loi.

La Loi représente un outil important dans la prévention des risques de cancers de la peau chez les jeunes, d'autant plus que les changements climatiques auront pour effet d'augmenter l'exposition des Québécois aux rayons UV naturels. Il demeure essentiel de maintenir l'existence de la Loi pour limiter l'exposition aux rayons UV artificiels et réduire ainsi les nombres de cancers associés au bronzage artificiel.

Ainsi, faute d'avoir reçu, de la commission compétente de l'Assemblée nationale, l'étude du premier rapport quinquennal de mise en œuvre de la Loi, déposé en 2018, le MSSS réitère les neuf recommandations qu'il avait formulées pour le quinquennat précédent. Ces recommandations ont pour objectif d'améliorer la portée de la Loi et de permettre l'évaluation de ses effets :

1. La Loi devrait être maintenue et son application renforcée;
2. Afin d'améliorer la localisation et l'identification d'un salon de bronzage, la disposition suivante devrait être ajoutée à la Loi : « Dans les 30 jours suivant le début de l'exploitation d'un salon de bronzage, un avis écrit indiquant le nom et l'adresse du salon doit être transmis au ministre par l'exploitant » (voir l'article 20.3.2 de la Loi concernant la lutte contre le tabagisme : <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/l-6.2>);
3. La Loi devrait permettre l'immunité d'une personne mineure (au regard des exigences de l'article 6) appelée par la DIE du MSSS à solliciter des services de bronzage afin de vérifier le respect de la Loi par l'exploitant du salon de bronzage (vérification de l'âge);
4. Devraient être précisées les normes réglementaires applicables à la présence, dans toute réclame publicitaire des salons de bronzage, de la mise en garde sur les effets nocifs du bronzage artificiel sur la santé;
5. La sensibilisation des exploitants à leurs responsabilités devrait être maintenue;
6. Le *Guide explicatif à l'usage des salons de bronzage*, publié par le MSSS, devrait être mis à jour et bonifié pour tenir compte, le cas échéant, de nouvelles problématiques rencontrées à chaque quinquennat;

7. Une étude d'évaluation scientifique des répercussions de la Loi devrait être réalisée à court terme, non seulement auprès des jeunes, mais aussi auprès des clientèles adultes;
8. Des campagnes d'information et de sensibilisation sur les dangers de l'exposition aux rayons UV devraient être menées en continu de manière à déconstruire les mythes entretenus par l'industrie du bronzage et à « dénormaliser » la relation entre le bronzage et l'apparence physique chez les jeunes;
9. Les « nouvelles tendances » dans le marché du bronzage (ex. : lits en libre-service ou lits non supervisés, lits de divers types vendus aux particuliers) devraient être étudiées et surveillées.

Par ailleurs, en vue du prochain quinquennat d'application de la Loi, le MSSS formule les recommandations additionnelles suivantes :

1. L'article 10, l'article 21 et l'article 22 de la Loi, qui présentent des informations ou des dates désuètes, devraient être actualisés;
2. Par rapport à la recommandation numéro 1, les éléments suivants devraient être ajoutés à la Loi afin de la renforcer :
  - 2.1. un nombre augmenté d'inspecteurs sur le terrain;
  - 2.2. l'obligation pour quiconque qui vend ou fournit des services de bronzage à un particulier de fournir des lunettes de protection conformes aux normes;
  - 2.3. l'interdiction du bronzage sans surveillance.
3. Le coût des sanctions de la Loi devrait être actualisé;
4. La Loi devrait obliger les exploitants à faire vérifier leurs appareils de bronzage et à assurer leur entretien par un spécialiste en incluant le respect du calendrier de réparation et d'entretien du fabricant;
5. La Loi devrait obliger les exploitants à détenir un permis d'exploitation et à suivre une formation.

## Annexe I Visuels des campagnes Conseils santé pour l'été et Conseils santé pour l'hiver depuis 2018 au MSSS

2018



2019, 2020, 2021 et 2022



Hiver 2022



## **Annexe II SCC : présentation des campagnes d'information et de sensibilisation**

La SCC est le seul organisme de bienfaisance national qui soutient les personnes touchées par tous les types de cancers, dans toutes les communautés au pays. La SCC aimerait créer un monde où aucun Canadien n'aurait à craindre le cancer, c'est pourquoi sa mission est l'éradication et l'amélioration de la qualité de vie des personnes touchées par celui-ci. La SCC est la voix des personnes qui ont le cancer à cœur par la combinaison unique de ses activités, qui consistent à subventionner des recherches novatrices sur plus de 100 types de cancers, à fournir des renseignements fiables ainsi que des programmes et des services qui aident les personnes touchées par le cancer et leurs familles de même qu'à inciter les gouvernements à apporter d'importants changements sociaux.

Depuis la dernière décennie, la SCC s'est investie de manière considérable afin de prévenir davantage de cancers de la peau au Québec, et ce, en agissant sur plusieurs fronts. En plus d'avoir été très active au niveau de la mobilisation pour l'obtention d'une loi interdisant les salons de bronzage aux moins de 18 ans, la SCC offre depuis 2011 plusieurs activités d'information et de sensibilisation sur les rayons UV (artificiels et naturels). Ces dernières visent principalement une clientèle âgée de 15 à 24 ans. Ces activités sont décrites ci-dessous.

### **Campagne Miss UV de 2018 à 2022**

Depuis 2013, la SCC présente sa campagne Miss UV lors de la saison estivale. La campagne est organisée et gérée annuellement par la SCC, et tous ses événements sont offerts gratuitement aux milieux fréquentés par les 15 à 24 ans, notamment les milieux scolaires (école secondaire, cégep, centre de formation professionnelle, université). La campagne met davantage l'accent sur l'apparence, une préoccupation bien présente chez les jeunes qui recherchent le bronzage. De plus, les messages de la campagne visent tant le bronzage artificiel (provenant d'appareils de bronzage) que le bronzage naturel (lié aux rayons UV du soleil).

De 2018 à 2021, le MSSS a attribué à la SCC des subventions afin qu'elle réalise ses tournées Photomaton UV ainsi que des actions de sensibilisation par les médias sociaux. Il est à noter que, depuis 2015, la SCC finance presque entièrement ses tournées Photomaton UV et ses activités de prévention.

### **Clientèle cible**

Les adolescents et jeunes adultes du Québec âgés de 15 à 24 ans sont ciblés par la campagne Miss UV.

## **Concept**

La campagne Miss UV vise à faire prendre conscience aux jeunes des effets invisibles, immédiats et s'accumulant avec le temps de l'exposition aux rayons UV sur la peau, et ainsi à diminuer le recours au bronzage (naturel et artificiel). Pour ce faire, elle utilise la photographie par réflectance dans le cadre des événements de sa tournée Photomaton UV. Ce type de photographie montre les dommages causés par les rayons UV à environ trois millimètres sous l'épiderme et permet de constater que même si les dommages ne sont pas encore apparents, ils sont bel et bien présents.

Les messages de la campagne ne visent pas uniquement le bronzage artificiel, puisqu'ils portent aussi sur le bronzage naturel (provenant du soleil).

## **Objectifs**

Par la campagne Miss UV, la SCC a pour principal objectif de diminuer les cas de cancers de la peau et de sensibiliser les jeunes à l'importance de la protection solaire. Ses objectifs spécifiques sont :

- de diminuer le recours au bronzage (naturel et artificiel);
- d'augmenter le nombre de jeunes qui se protègent des rayons UV;
- de contribuer à briser la norme sociale qui tisse un lien entre la beauté et le bronzage.

## **Messages clés**

Les principaux messages clés de la campagne sont :

- Qu'il n'y a aucune façon sécuritaire de bronzer;
- Que les dommages causés par les rayons UV sont permanents et s'accumulent avec le temps;
- Qu'il est important de se protéger des rayons UV pour garder une peau en santé.

## **Visuels de la campagne**

L'identité visuelle de la campagne Miss UV permet de mettre davantage l'accent sur l'apparence, une préoccupation bien présente chez les jeunes qui recherchent le bronzage. Dans le but d'être plus actuelle, d'être inclusive et de s'aligner sur le mouvement social du « body positivisme », l'image de marque de la campagne a été modifiée au printemps 2021. Une mise à jour de l'identité et du visuel de la campagne s'avérait indispensable pour qu'elle touche davantage de jeunes et soit plus accessible.

Visuels de 2018 à 2020



Visuel 2021-2022



### Financement du MSSS

Entre 2018 et 2021, le MSSS a octroyé un financement non récurrent à la SCC afin de la soutenir dans le déploiement de ses activités. Les détails de ce financement sont les suivants :

| Année               | 2018                  | 2019                                                         | 2020                                                                      | 2021                  |
|---------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Financement MSSS    | 50 000 \$             | 50 000 \$                                                    | 50 000 \$                                                                 | 27 000 \$             |
| Activités financées | Tournée Photomaton UV | Tournée Photomaton UV<br><br>Campagne sur les médias sociaux | Sondage d'évaluation<br><br>Achat et production de matériel Photomaton UV | Projet J'aime ma peau |

## Activités réalisées et résultats

### Tournée Photomaton UV

Depuis 2013, la SCC organise sa tournée Photomaton UV dans le cadre de sa campagne Miss UV. Chaque événement de la tournée est offert gratuitement, est réalisé en collaboration avec le milieu scolaire (école secondaire, cégep, centre de formation professionnelle, université) et permet à des centaines de jeunes par école de participer à des activités en classe et de faire l'expérience du Photomaton UV.

Le Photomaton UV prend une photographie UV de chaque participant, exposant ainsi les zones endommagées par les rayons UV sur leur visage. Des bénévoles, issus du domaine de la santé, recrutés et formés par la SCC, expliquent aux participants les éléments graphiques de la photo UV en lien avec leurs habitudes et leur fournissent des conseils personnalisés de protection solaire.

Les jeunes ont aussi accès à une activité pédagogique complémentaire intitulée *Trousse mythes et réalités du bronzage; tu ne gagnes rien à bronzer*. Celle-ci est gratuite, interactive et animée. Elle présente les principaux mythes et réalités du bronzage. Elle a notamment été créée par une équipe de spécialistes à la SCC, soit un comité de révision formé de différents professionnels de l'éducation et de la santé, et validée par l'Association des médecins spécialistes dermatologues du Québec. Enfin, cette trousse est également disponible en tout temps sur demande sur le site Web de la campagne (missuv.ca).

Il est à noter qu'en raison du contexte de la pandémie de COVID-19, l'expérience en présentiel du Photomaton UV a été suspendue de 2020 à 2022. Au printemps 2021, seule l'activité pédagogique a été offerte dans les écoles secondaires francophones, publiques et privées, ainsi que dans les centres de formation professionnelle offrant des programmes d'études pour les futurs travailleurs extérieurs.

La contribution financière du MSSS a été investie au cours des ans dans le déploiement des campagnes terrain, dans la promotion de l'activité pédagogique ainsi que dans le renouvellement du matériel du Photomaton UV (tant les structures qu'une partie de l'équipement technologique). Les photos ci-dessous montrent un exemple du matériel renouvelé :



Pour les années 2018 et 2019, près de 44 000 jeunes ont été touchés par les événements de la tournée Photomaton UV. Il est à noter, comme il a été mentionné ci-dessus, qu'aucune tournée n'a eu lieu de 2020 à 2022 en raison du contexte de la pandémie de COVID-19.

| Population jointe par les tournées Photomaton UV                                                                                                                             |        |        |                         |               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------------|---------------|
| Année                                                                                                                                                                        | 2018   | 2019   | 2020                    | Total         |
| Nombre d'événements                                                                                                                                                          | 24     | 36     | Tournée annulée en mars | 60 événements |
| Nombre de photos prises                                                                                                                                                      | 4 731  | 6 290  |                         | 11 021 photos |
| <b>Nombre de jeunes atteints</b><br>Selon une évaluation de la tournée, chaque personne qui prend sa photo UV communique son expérience en moyenne à trois autres personnes. | 18 924 | 25 000 |                         | 43 924 jeunes |

La SCC estime qu'en 2021, plus de 16 000 jeunes ont été joints par l'activité pédagogique *Trousse mythes et réalités du bronzage; tu ne gagnes rien à bronzer*.

Par ailleurs, des résultats d'une évaluation ont démontré que les activités Photomaton UV et *Trousse mythes et réalités du bronzage; tu ne gagnes rien à bronzer* devraient être combinées parce qu'elles agissent sur des variables différentes et qu'aucune de celles-ci ne devrait être privilégiée. Cette évaluation a également permis de confirmer que les deux activités ne semblaient pas présenter d'effets pervers auprès des participants.

De plus, selon des sondages réalisés auprès des responsables des milieux scolaires après la tournée Photomaton UV, presque tous ont affirmé que les jeunes participants à l'événement avaient l'intention d'adopter de meilleures habitudes quant à leur exposition aux rayons UV et à la protection solaire. De même, d'après un sondage réalisé auprès des bénévoles participant à la tournée, la quasi-totalité d'entre eux a affirmé être satisfaite ou très satisfaite de la réalisation de son mandat auprès des participants.

### **Sondage d'évaluation sur les habitudes des jeunes à l'égard des rayons UV**

La pandémie de COVID-19 a fait que les actions de prévention des cancers de la peau organisées dans la campagne Miss UV ont été entièrement annulées en 2020. Ainsi, il s'est avéré nécessaire pour la SCC d'élaborer un plan d'action adapté au nouveau contexte. Il était indispensable pour la SCC qu'elle garde en tête l'importance d'investir les fonds disponibles dans des projets de prévention des cancers de la peau ayant le plus d'effets possible sur les jeunes. Considérant l'expérience et l'expertise acquises au cours des dernières années, la SCC a élaboré, grâce au financement octroyé par le MSSS à cette époque, un sondage d'évaluation des comportements et des croyances des jeunes à l'égard des rayons UV, de leur utilisation des appareils de bronzage artificiel, de leurs habitudes de protection solaire ainsi que des pistes d'action en prévention des cancers de la peau auprès des jeunes de 15 à 24 ans.

À l'automne 2020, la SCC a mandaté la firme d'évaluation Léger pour réaliser ce sondage. Il est à noter que des sondages fort similaires, également réalisés par la firme Léger, ont été réalisés en 2011 et en 2013 auprès des jeunes. Les données de 2020 ont été analysées et ont été comparées aux résultats obtenus dans les sondages précédents. De plus, certaines données ont été comparées aux résultats de l'enquête sur les comportements en lien avec l'exposition aux rayons UV chez les adolescents au Québec en 2012-2013, menée par l'Institut national de santé publique du Québec en 2013. Enfin, des pistes d'action en prévention des cancers de la peau pour les années à venir ont également été étudiées.

Ce sondage s'est avéré très pertinent. Ces nouvelles données ont permis une meilleure compréhension de la réalité des jeunes et ont permis d'adapter les messages de la campagne Miss UV véhiculés par différents canaux. Elles ont également offert la possibilité de mesurer l'évolution de certaines données obtenues dans les sondages précédents. Une analyse détaillée et complète des données associées à ce sondage a été réalisée par la SCC.

En ce qui concerne les données de l'exposition artificielle aux rayons UV chez les jeunes en 2020, ceux-ci utilisent beaucoup moins les appareils de bronzage qu'en 2011. L'usage de ces appareils augmente toutefois à partir de 20 ans, et ce, probablement parce que leur utilisation est illégale chez les moins de 18 ans. De plus, le sondage démontre qu'une forte majorité des jeunes (84 %) ne connaissent pas la Loi visant à prévenir les cancers de la peau causés par le bronzage artificiel. Celle-ci est plus connue des jeunes qui ont utilisé des lits de bronzage (51 %), mais elle est très peu connue des 15 à 17 ans, soit la clientèle visée par la Loi. Bien que la Loi soit peu connue des jeunes de moins de 18 ans, une très faible minorité d'entre eux ont recours à ces appareils de bronzage (5 %).

## **Site Web**

En 2018, la SCC a créé un site Web simple et interactif, missuv.ca. Son objectif était de diffuser de l'information générale, pertinente et adaptée à la clientèle ciblée sur les rayons UV, la protection solaire et la prévention des cancers de la peau. Le site Web contenait également un témoignage vidéo d'un survivant d'un mélanome et un jeu-questionnaire sur les mythes et réalités du bronzage. Le contenu du site Web avait notamment été validé et bonifié au cours des années. Il demeurerait également accessible en tout temps.

Entre 2018 et 2022, la SCC estime que le site Web Miss UV a reçu près de 20 000 visiteurs. De ce nombre, c'est plus de 65 % qui étaient âgés de 18 à 34 ans. Des 20 000 visiteurs, plus de 65 % étaient des femmes et 35 % étaient des hommes.

## **Indice Miss UV**

Le projet de l'Indice Miss UV a été créé en 2018. Cependant, principalement en raison d'un manque de financement, ce programme a été aboli en 2020. Il avait pour but d'encourager les jeunes de 18 à 34 ans des régions de Montréal et de Québec à se protéger du soleil durant la saison estivale (de juin à septembre). De plus, il devait les informer de l'indice UV de la journée au moyen d'un service de messagerie texte automatisé. Les utilisateurs recevaient alors un ou deux messages d'information par semaine, selon la température de la journée. Des messages comme les suivants ont été envoyés :

« L'heure du dîner approche, je vais me trouver un arbre pour manger à l'ombre! C'est entre 11 h et 15 h que les rayons UV sont les plus forts! 😊 »

« Un trio CHO pour emporter s'il vous plaît! Crème, Habillement et Ombre; c'est la clé! Bonne fin de semaine 😊! Indice UV du jour : 8. »

Le projet Indice Miss UV a été promu de diverses façons, soit sur le site Web de la campagne Miss UV, par une campagne sur les médias sociaux (Facebook et Instagram) et par le biais des médias sociaux et d'événements de la SCC.

Pour les années 2018 et 2019, Indice Miss UV a eu près de 1 400 inscriptions provenant des régions de Montréal et de Québec.

En 2018, à la fin de l'été, le projet a été évalué auprès des abonnés. C'est 69 % des jeunes de la région de Montréal qui ont affirmé être très satisfaits ou assez satisfaits de ce projet, comparativement à 52 % dans la région de Québec.

### **Médias sociaux**

Pour appuyer les efforts de la tournée Photomaton UV et joindre plus de jeunes sur une période continue au cours de la saison estivale, la SCC a créé en 2018 une page Miss UV sur Facebook et une page Miss UV sur Instagram. Son but était de transmettre des éléments d'information sur le bronzage (naturel et artificiel), les rayons UV et les bonnes pratiques de protection solaire ainsi que de partager des images de la tournée Photomaton UV. Les images mises en ligne ont créé un achalandage sur les pages et ainsi suscité de nombreux commentaires.

De plus, les jeunes étant de grands utilisateurs d'Internet et des médias sociaux, des campagnes payantes pour promouvoir les messages clés de Miss UV et d'Indice UV ont eu lieu à l'été 2018 et à l'été 2019, et ce, notamment grâce à une contribution financière du MSSS. Comme il n'est pas possible de cibler les mineurs sur les réseaux sociaux, le ciblage pour ces campagnes a été ajusté pour qu'elles atteignent les 18 à 24 ans.

Entre l'automne 2019 et le printemps 2022, les pages Miss UV sur les médias sociaux ont été presque inactives. Les pages ont perdu plusieurs abonnés, ce qui a entraîné un taux d'achalandage très bas. À l'été 2022, avec une nouvelle contribution financière du MSSS, la stratégie de publication de la page Instagram, plateforme maintenant la plus fréquentée par la clientèle ciblée, a été mise à jour et bonifiée. L'objectif était de rafraîchir l'image de la page, de la réanimer afin de joindre le plus de jeunes possible et de la rendre, en quelque sorte, une référence de choix pour de l'information sur les saines habitudes d'exposition au soleil. Il est à noter qu'en juin 2022, la page a changé de nom pour devenir la page J'aime ma peau afin d'être arrimée au nouveau projet et mouvement social de la campagne portant le même nom.

À l'été 2022, avec une page Instagram remise au goût du jour et beaucoup plus active, avec des publications organiques publiées régulièrement, J'aime ma peau a été plus visible auprès des autres comptes, autant auprès des comptes abonnés à la page qu'auprès des comptes ne suivant pas la page de la campagne. Les résultats pour la **période du 1<sup>er</sup> juin au 1<sup>er</sup> septembre 2022**, intervalle où la SCC a publié davantage en raison des vacances estivales, sont les suivants :

| <b>Contenu sur Instagram</b><br><b>Période du 1<sup>er</sup> juin au 1<sup>er</sup> septembre 2022</b> |                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Couverture*</b>                                                                                     | 1 550 (augmentation de 850,9 par rapport à la période du 27 février au 31 mai 2022)      |
| <b>Visites du profil**</b>                                                                             | 2 203 (augmentation de 1 900 par rapport à la période du 27 février au 31 mai 2022)      |
| <b>Nouveaux abonnés***</b>                                                                             | 725 (augmentation de plus de 86 % par rapport à la période du 27 février au 31 mai 2022) |

\* Il s'agit du nombre de comptes uniques qui ont vu au moins une fois l'une des publications ou l'une des publications éphémères, communément appelées *stories*.

\*\* Il s'agit du nombre de fois où la page a été consultée.

\*\*\* Il s'agit du nombre de nouveaux comptes abonnés à la page.

### Projet J'aime ma peau

Compte tenu des données obtenues dans le sondage concernant les habitudes des jeunes à l'égard des rayons UV (2020) ainsi que des restrictions sociales engendrées par la pandémie de COVID-19, la SCC a mis sur pied le projet et mouvement social J'aime ma peau en 2021. Ce projet est une campagne de marketing d'influence sur les médias sociaux à laquelle participent des créateurs de contenu (influenceurs) québécois. Le projet se déroule durant l'été, soit à la période où les jeunes s'exposent le plus aux rayons du soleil.

Les créateurs de contenu sont une excellente façon de faire découvrir une cause, car ils sont suivis par une communauté d'abonnés avec laquelle ils ont bâti une relation de confiance et de proximité. De plus, le fait que plusieurs influenceurs partagent un même message ou une même expérience sur leurs médias sociaux permet de maximiser la portée de ce message et de toucher un auditoire plus diversifié. De même, une campagne d'influence sur les médias sociaux permet de joindre un auditoire jeunesse qui est souvent délaissé par les médias traditionnels (journaux, radio, télévision, etc.).

Les créateurs de contenu sont judicieusement sélectionnés pour le projet. Plusieurs facteurs sont considérés, comme l'âge et le type de leur audience, leur taux d'engagement, leur lien personnel avec le sujet, leurs types de publications et le respect de l'ensemble des valeurs de la SCC dans leurs publications.

Adoptant un style naturel et s'inscrivant dans le mouvement du « body positivisme », J'aime ma peau incite les jeunes à bien profiter de l'été tout en se protégeant adéquatement du soleil. Ce projet amène également les jeunes à réfléchir à leur relation avec le bronzage et à leurs habitudes d'exposition au soleil, puis permet de briser le lien qui existe entre la norme sociale de la beauté et d'une peau bronzée. Il vise aussi à informer les jeunes des divers mythes relatifs au bronzage et des meilleures habitudes de protection solaire.

Pour ce faire, lors d'un événement intime et lumineux, la SCC fait vivre l'expérience du Photomaton UV à différents créateurs de contenu et leur présente les effets du bronzage sur la peau. Ces invités rencontrent ensuite un professionnel de la santé bénévole qui analyse les éléments graphiques de leur photographie UV, et ce, en lien avec leurs habitudes d'exposition aux rayons UV, et qui leur donne des conseils personnalisés de protection solaire.

À la suite de l'événement, les influenceurs partagent, dans une série de messages sur leurs médias sociaux, leur expérience du Photomaton UV. Ils sont aussi invités à créer du contenu afin de faire briller les messages clés du projet et de promouvoir des conseils sur les habitudes de protection solaire. Ces publications sont ensuite partagées sur les médias sociaux de la campagne Miss UV.

Avec le financement octroyé par le MSSS en 2021, la SCC a pu développer davantage le projet et déployer sa deuxième édition à l'été 2022. Une identité visuelle propre au projet a également pu être créée.

Les principales retombées du projet pour les années 2021 et 2022 sont les suivantes :

|                                                                                           | 2021                       | 2022            | % entre 2021 et 2022 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------|----------------------|
| <b>Nombre de collaborations payantes</b>                                                  | 3                          | 7               | + 133 %              |
| <b>Nombre de collaborations non payantes (envoi de colis créatifs)</b>                    | 16                         | 5               | - 69 %               |
| <b>Nombre d'abonnés Instagram potentiellement touchés par les collaborations payantes</b> | 518 000 abonnés            | 723 400 abonnés | + 29 %               |
| <b>Portée des collaborations payantes*</b>                                                | 355 150 comptes            | 484 272 comptes | + 36 %               |
| <b>Impressions des collaborations payantes**</b>                                          | 79 000 (stories seulement) | 489 721         | s. o.                |
| <b>Mention J'aime sur les comptes des collaborations payantes</b>                         | 18 500                     | 20 706          | + 12 %               |

\* Il s'agit du nombre d'utilisateurs Instagram uniques qui ont été touchés par l'une des publications.

\*\* Il s'agit du nombre de fois total où le contenu a été vu par les abonnés Instagram.

Il est important de noter que ces résultats sont relatifs. Les statistiques de chaque publication évoluent dans le temps. Autrement dit, si l'on évaluait les statistiques à ce jour, elles auraient probablement toutes augmenté par rapport au moment où les retombées ont été obtenues par les créateurs de contenu.

Québec.ca