

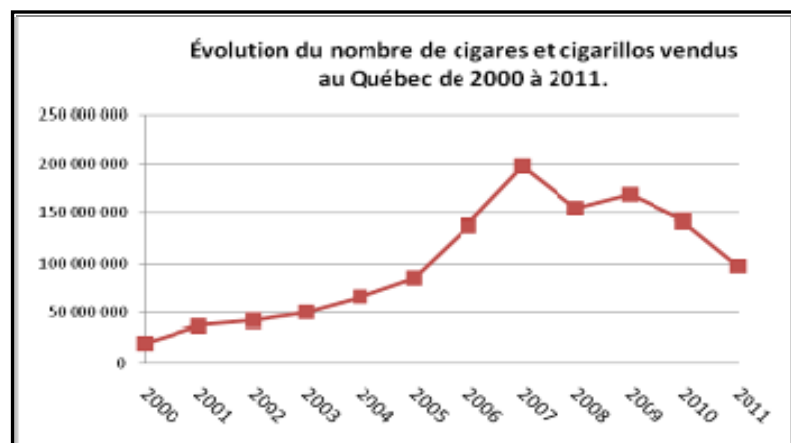


## AROMATISATION DES PRODUITS DU TABAC :

### Camoufler les dangers mortels du tabac à l'aide de saveurs agréables et amusantes (mai 2013)

Au milieu des années 2000, le marché du tabac au Québec a été inondé de petits cigares aromatisés aux saveurs de bonbons, de fruits et d'autres gâteries (fraise, raisin, pêche, vanille, chocolat, etc.). Peu après, ces saveurs sont apparus auprès d'autres produits de tabac, comme le tabac sans fumée (ex : tabac à chiquer) et le tabac consommé l'aide d'une pipe à eau (chicha/hookah/narguilé, etc.).

**La mise en marché de nouvelles saveurs  
a mené à une explosion des ventes.**

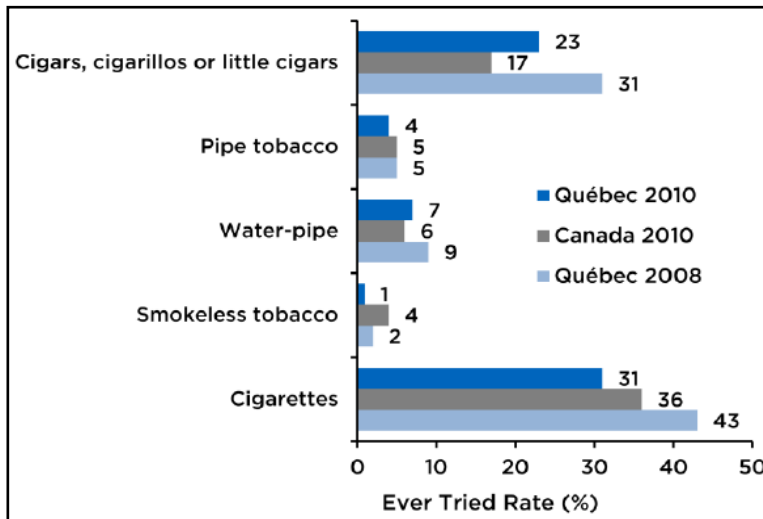


Selon les données des fabricants et distributeurs de cigares et cigarillos envoyées à Santé Canada, le nombre de cigares et cigarillos vendus au Québec a augmenté de 877 % entre 2000 et 2007, passant de 20 millions à plus de 180. Même avec la baisse du volume de vente au cours des dernières années, il s'est vendu 388 % plus de cigares/cigarillos au Québec en 2011 qu'en 2000.

#### Saveurs de tabac retrouvés sur le marché québécois depuis 2005

Appletini cocktail, Baies sauvages, Bahama mama cocktail, Banane, Bellini cocktail, Bleuets, Brandy aux pêches, Café crème, Cannelle, Capuccino, Caramel, Champs de fraises, Cerise, Chocolat hollandais, Chocolat-menthe, Clou de girofle, Cognac, Cosmo cocktail, Dessert café, Fraise, Fraise-Kiwi, Fraise-Banane, Framboise, Fruit de la passion, Honey Berry, Liqueur d'orange, Mangue, Mangue-papaye, Melon d'eau, Menthe, Menthe verte, Menthol, Miel, Miel saveur douce, Mûres-aireselles, Noix de coco, Pâte à biscuit, Pêche, Pina Colada cocktail, Pomme sûre, Raisin, Raisins déchaînés, Rhum, Rhum jamaïcain, Sirop d'érable, Sweet, Tangerine, Vanille, Whisky.

**Au Canada, les produits du tabac aromatisés sont populaires auprès des jeunes. C'est particulièrement vrai au Québec.**



Selon l'Enquête sur le tabagisme chez les jeunes pour l'année scolaire 2010/11, **près du quart (22 % - (donnée non illustrée) des jeunes Québécois de la 6<sup>e</sup> année du primaire à la 5<sup>e</sup> du secondaire ont déjà consommé un produit du tabac aromatisé**, comparativement à 17 % pour les jeunes dans l'ensemble du Canada.<sup>i</sup>

**L'usage des produits du cigare et de ceux fumés à l'aide d'une pipe à eau est beaucoup plus répandu chez les jeunes du Québec qu'ailleurs au Canada.**

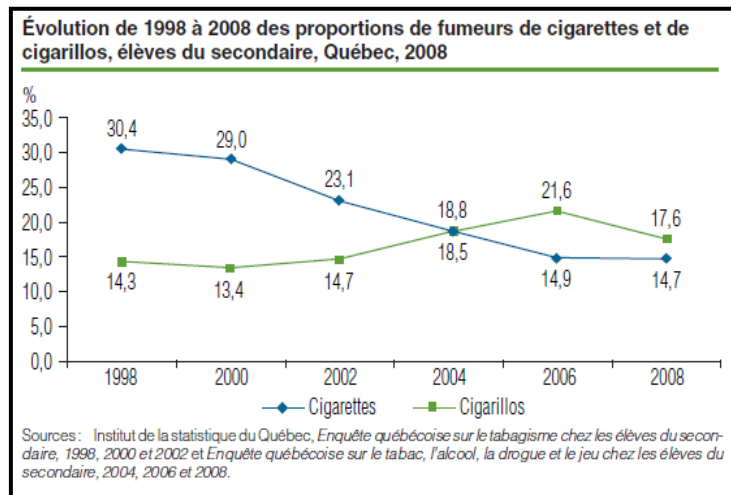
**Cigares et cigarillos (petits cigares):**



Selon une étude de Santé Canada<sup>ii</sup> :

- la fumée provenant des cigarillos/petits cigares **dégage entre 67 % et 200 % plus de goudron** que celle qui est dégagée par les cigarettes standards ;
- les petits cigares **contiennent autant sinon plus de nicotine que les cigarettes standards** ;
- les cigarillos/petits cigares **sont aussi nocifs et aussi susceptibles d'entraîner une dépendance (ou toxicomanie)** que les cigarettes conventionnelles.

L'Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire (ETADJES)<sup>iii</sup> de l'Institut de la statistique du Québec a été l'une des premières enquêtes à révéler l'impact catastrophique sur le tabagisme chez les jeunes des produits du cigare. En effet, **la baisse progressive de l'usage de la cigarette chez les jeunes a été contrecarrée par l'augmentation de l'usage du cigarillo.**



**À eux seuls, les cigares aromatisés ont renversé la tendance à la baisse du tabagisme chez les jeunes des 10 dernières années au Québec.**

- En 2008, La popularité cigarillo chez les élèves du secondaire a dépassée celle de la cigarette<sup>iv</sup>. Alors que le taux de tabagisme — cigarettes seulement — se situerait à moins de 15 %, « si l'on tient compte à la fois de la consommation de la cigarette et de celle du cigarillo, on constate que c'est 22 % de l'ensemble des élèves qui fait usage du tabac » (données les plus récentes : l'enquête a été discontinuée).<sup>v</sup>
- En 2010-11, c'est 10 % des élèves du secondaire ont consommé un cigare ou un cigarillo dans les 30 derniers jours, comparativement à 12 % qui ont consommé la cigarette.<sup>vi</sup>

**Pourcentage des jeunes du secondaire au Québec ayant consommé divers produits du tabac aromatisés dans les 30 derniers jours en 2010/2011**

	Sec. I-II (%)	Sec. III-V (%)	Sec. I-V (%)
Cigarette mentholée	1,8*	3,9	3
Cigar ou cigarillo (total)	4,2	14,3	10,1
petit cigare/cigarillo	3,1	8,3	6,1
cigare	2*	7,5	5,2
Tabac sans fumée	n.p.	1*	0,8*
Narghilé/pipe à eau	n.p.	3,5	2,3

\* : interpréter avec prudence  
n.p.: données non-publiables

Source : Propel Center for Population Health Impact, 2012. Youth Smoking Survey : Results Profile for Québec 2010/2011. (données validées par l'INSPQ, avril 2012.)

**Au Québec, presque autant de jeunes fument les cigares aromatisés que ceux qui fument des cigarettes.<sup>vii</sup>**

## 2- Les produits mentholés

Le problème de l'aromatisation touche aussi le menthol, un additif au goût et parfum de menthe :

- Lorsque inhalés, les produits mentholés laissent **un agréable goût de menthe et une sensation rafraichissante**, voir refroidissante.
- De nombreuses études démontrent que les produits du tabac au menthol sont **souvent perçus (à tort) comme étant moins nocif.**<sup>viii</sup>
- Les propriétés du menthol **adoucissent les effets irritants de la fumée** (effet anesthésiant),<sup>ix,x</sup> ce qui **facilite l'inhalation pour les fumeurs débutants**<sup>xi</sup> (et souvent les fumeurs enrhumés<sup>xii</sup>). L'industrie a bien documenté ces effets dans ses documents internes.
- L'arrêt tabagique semble être plus difficile pour les fumeurs de cigarettes mentholées (moins parviennent à arrêter comparativement aux fumeurs de cigarette non-mentholées).<sup>xiii</sup>



**Trois pourcent des élèves du secondaire au Québec ont fumé la cigarette mentholée dans les 30 derniers jours.<sup>xiv</sup>**

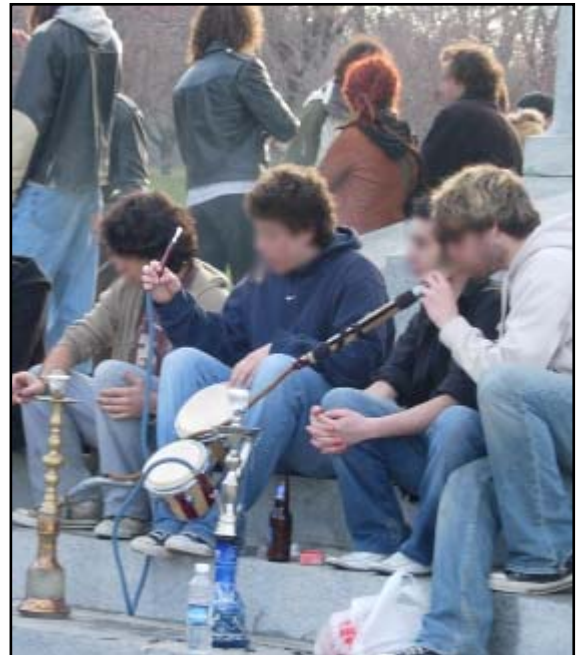
### 3- Pipe à eau/chicha/narguilé

Les adolescents du Québec sont ceux (au Canada) qui expérimentent le plus les produits fumés à l'aide d'une pipe à eau, soit une autre catégorie de produits dont l'aromatisation est mise en avant-plan : **18 % des jeunes de 15 à 19 ans ont déjà essayé la pipe à eau**, bien au-dessus de la moyenne canadienne de 12 % (2011).<sup>xv</sup>

**TABLE 10.2: PERCENTAGE OF YOUTH AGED 15-19 WHO HAD EVER TRIED VARIOUS TOBACCO PRODUCTS, BY PROVINCE, 2011**

PROVINCE	Cigarillos	Cigars	Pipe	Chewing tobacco/snuff	Waterpipe
CANADA	26.9%	16.9%	5.3%	5.2%	12.3%
BRITISH COLUMBIA	23.6	15.1	!	!	9.3
ALBERTA	26.1	15.9	!	7.2	15.2
SASKATCHEWAN	32.4	20.8	8.3	17.4	9.1
MANITOBA	27.2	15.7	6.4	7.3	5.9
ONTARIO	22.0	15.3	!	!	11.2
QUEBEC	37.5	20.9	!	!	17.9
NEW BRUNSWICK	29.7	18.9	6.6	6.8	5.2
NOVA SCOTIA	24.8	17.1	7.6	7.8	7.4
PRINCE EDWARD ISLAND	20.4	15.9	9.4	11.9	8.9
NFLD. & LABRADOR	23.7	12.4	!	!	!

! DATA NOT REPORTABLE DUE TO LOW NUMBERS IN THE NUMERATOR AND/OR DENOMINATOR  
DATA SOURCE: CTUMS, 2011

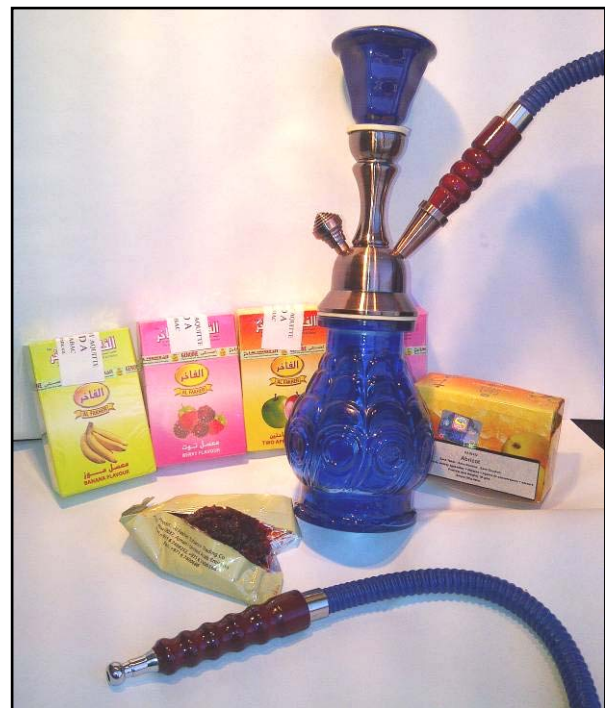


Au Québec, l'usage de la pipe à eau ne se limite plus à certaines communautés socioculturelles.<sup>xvi</sup>

**L'usage de la pipe à eau au Québec est un phénomène social qui s'est répandu aux adolescents et aux jeunes adultes en quête de nouvelles expériences.**

L'exposition prolongée à la fumée provenant d'une pipe à eau engendre de sérieux risques pour la santé. Alors qu'un fumeur passe quelques minutes à fumer une cigarette, une séance de pipe à eau dure généralement plus de 20 minutes, voire 40 minutes ou plus. Ainsi, bien que les fumeurs de pipe à eau soient exposés aux mêmes composés chimiques que ceux qui fument la cigarette, leur exposition aux contaminants est généralement plus importante : un consommateur de chicha inhalera beaucoup plus de métaux lourds (plomb et arsenic), six fois plus de monoxyde de carbone.<sup>xvii</sup>

**En l'espace d'une seule session de pipe à eau de 60 minutes, les fumeurs inhalent un volume de fumée équivalent entre 100 et 200 cigarettes.**<sup>xviii</sup>



Le nombre de gens qui sous-estiment la dangerosité de la pipe à eau ne fait qu'augmenter. En 2011, 28 % des fumeurs de pipe à eau croyaient (à tort) que la fumée « filtrée » par l'eau entraîne moins de risques pour la santé que celle inhalée en fumant des cigarettes, alors que c'était 24 % qui le croyait en 2006.

**Ceux qui font usage de la pipe à eau sont plus à risque de développer des maladies de la bouche et des dents, des cancers du poumon ou des bronches, des maladies cardiovasculaires et même des maladies infectieuses comme la tuberculose (provoquée par le partage des embouts).<sup>xix,xx</sup>**

## Initiation des jeunes au tabagisme

L'enjeu est exaspéré par le fait que l'étiquetage des produits fumés à l'aide d'une pipe à eau est inadéquat et souvent inexact. Par exemple, plusieurs emballages indiquent « 0 % de goudron » alors qu'ils vont nécessairement en générer une fois brûlés; d'autres déclarent « ne pas contenir de nicotine », alors que c'est le contraire.<sup>xxi</sup> Il n'est donc pas étonnant de constater que, selon une étude américaine, les adolescents d'ascendance arabe ayant déjà essayé la pipe à eau étaient huit fois plus à risque d'expérimenter avec la cigarette.<sup>xxii</sup> D'autres enquêtes réalisées auprès des populations plus mixtes, bien que préliminaires, suggèrent que la pipe à eau a le potentiel d'agir comme porte d'entrée vers l'usage de la cigarette.<sup>xxiii</sup>



## 4- Tabac sans fumée

Les produits du tabac sans fumée les plus répandus au Canada sont des produits qui sont placés dans la bouche pour être mâchés ou sucés. Le tabac se retrouve sous forme émietté ou en sachet, et il est souvent apprêté de toutes sorte de saveurs pour lui donner un goût agréable ou rafraichissant (pêche, cerise, menthe, thé des bois, etc.).

L'usage de ces produits reste marginal au Québec, mais demeure néanmoins préoccupant. **Ailleurs au pays, le tabac sans fumée gagne en popularité auprès des jeunes dans les milieux sportifs, notamment celui du hockey.**<sup>xxiv</sup>



**Les ventes de produits de tabac sans fumée ont augmenté de 10 % au cours des 5 dernières années au Canada.<sup>xxv</sup>**

Selon Santé Canada, il y a **28 substances chimiques cancérigènes dans les produits sans fumée vendus au Canada**, incluant le « snus » aux origines suédoises.<sup>xxvi</sup> Bien que la teneur varie selon les procédés de fabrication, tous les substances sont cytotoxiques et mutagènes, comme dans le cas des cigarettes. Ces conclusions rejoignent celles de plusieurs autres grandes autorités en matière de santé, sont l'OMS<sup>xxvii,xxviii</sup> et l'Agence sur le cancer du gouvernement américain,<sup>xxix</sup> qui rapportent que l'utilisation de ces produits est associée à de nombreux effets nocifs, dont certaines formes de cancer dont ceux de la bouche, de l'œsophage et du pancréas.



**« L'utilisation d'arômes de bonbons dans les cigarettes, c'est comme ajouter un sachet de sucre à de la viande pourrie. »<sup>xxx</sup>**

Les saveurs constituent une caractéristique déterminante pour augmenter l'attrait des produits du tabac, particulièrement auprès des jeunes qui, selon l'industrie du tabac, manifestent une forte « curiosité pour essayer » des produits aromatisés.<sup>xxxi</sup> En effet, **de nombreux documents internes<sup>xxxii,xxxiii</sup> des fabricants de tabac relatent le pourquoi et le comment ils aromatisent leurs produits :**

- elles adoucissent le goût amer des premières bouffées d'un fumeur débutant ;
- elles masquent l'odeur désagréable de la fumée en la parfumant ;
- en associant le tabac aux desserts et aux fruits, l'aromatisation banalisent les dangers des produits ;
- les saveurs suscitent la curiosité des jeunes (« ça fait jaser ») ;
- différentes saveurs offrent des opportunités de partage avec des amis ;
- différents choix donnent l'impression d'être en mode « essai » plus longtemps ;
- chaque nouvelle saveur représente une autre occasion de stimuler l'intérêt.

**FROM A BUSINESS POINT-OF-VIEW: MARKETING BENEFITS**

---

**- WE HAVE SIGHTED SOME COMPELLING BENEFITS:**

- HIGH CURIOSITY-TO-TRY FACTOR
- POTENTIAL FOR HIGH "TALK-APPEAL" AND EXCITEMENT TO SHARE FLAVOR TRIALS AMONG FRIENDS
- EXCITING, INNOVATIVE RETAIL TRIAL-GENERATING POSSIBILITIES
- MULTI-PACK PURCHASING POSSIBILITIES
- POTENTIAL TO RETAIN BRAND LOYALTY BY OFFERING EXPERIENTIAL CHOICES WITHIN ONE BRAND, CAPITALIZING ON CURRENT ALTERNATE PURCHASING BEHAVIOR OF SWITCHING FROM NON-MENTHOL ONCE IN AWHILE JUST FOR A CHANGE OF PACE
- POTENTIAL FOR CONCRETE "ADDED VALUE" TO COUNTER PRICE PURCHASING
- OPPORTUNITY TO RESTIMULATE ATTENTION TO THE BRAND VIA NEW FLAVOR INTRODUCTIONS FROM TIME TO TIME

← document de la multinationale Philip Morris (1992), propriétaire de Rothmans, Benson & Hedges

**En plus de jouer plusieurs rôles au niveau du goût, de la perception des dangers et de l'engouement, les saveurs représentent également un important atout de marketing.**

L'industrie du tabac a depuis longtemps reconnue le potentiel de marketing de l'aromatisation, notamment auprès des jeunes<sup>xxxiv</sup> :

« **PROJET : 'Cigarette Jeunesse - Nouveaux concepts' SUGGESTIONS D'INNOVATIONS DE MARKETING :**

... Les pommes ont une connotation de bonté et de fraîcheur et nous voyons beaucoup de possibilité pour notre cigarette axée sur la jeunesse ... C'est un fait bien connu que les adolescents aiment les produits sucrés. »

[Traduction libre]

**PROJECT REPORT**

September, 1972

PROJECT: Youth Cigarette - New concepts

**MARKETING INNOVATIONS' SUGGESTIONS:**

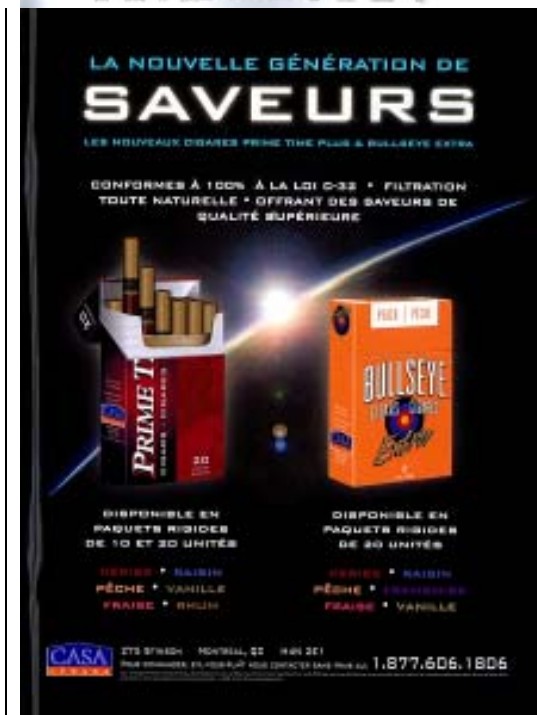
MI suggests new ideas for the breath-freshener field...

COLA-FLAVOR While the government would not permit us to add caffeine to a cigarette, it may be possible to use artificial ingredients to obtain a cola taste and aroma. Suitable names might be: COLA-COLA, COLA-COOLER.

APPLE FLAVOR Apples connote goodness and freshness and we see many possibilities for our youth-oriented cigarette with this flavor. Apple cider is also a possibility.

SWEET FLAVOR CIGARETTE We believe that there are pipe tobaccos that have a sweet aromatic taste. It's a well known fact that teenagers like sweet products. Honey might be considered.

Les publicités et communications dans les revues du détail<sup>xxxv</sup> font la promotion de cigares, de chicha et de tabac sans fumée en vantant l'attrait des saveurs :



« Il est clair, cependant, que rien de ceci ne fonctionnerait si le produit n'était pas attrayant, mais il l'est, principalement parce que le tabac de pipe à eau est hautement aromatisé. ... des saveurs sucrées aux fruits ... ont aidé à attirer de nouveaux usagers de chicha à travers le monde »

[Traduction libre]

Extrait de la revue spécialisée Tobacco Reporter, juillet 2012<sup>xxxvi</sup> ➔

### Flavor

Clearly, however, none of this would work if the product weren't attractive, but it is attractive, in no small part because water pipe tobacco is highly flavored. In fact, Penn told me that he has yet to come across an unflavored shisha tobacco.

And, in recent times, Labrick explained, there had been a mushrooming of flavored hookah tobaccos. "In the early 1990s, Egyptian tobacco companies introduced *maassel*, a specially prepared mixture containing sweetened fruit flavors and giving off a mild aromatic smoke, which has helped to attract new hookah users worldwide," she said. "Maassel, known as shisha in the U.S., consists of about 30 percent crude cut tobacco fermented with about 70 percent of honey,

**L'Organisation mondiale de la Santé dénonce l'aromatisation des produits de tabac et recommande son interdiction.**<sup>xxxvii</sup>

## Contournement de l'interdiction fédérale



La loi fédérale permet la vente de cigarettes et petits cigares au menthol, et l'ajout d'additifs aromatisants à toutes sortes d'autres produits du tabac, comme le tabac sans fumée et les cigares (qui sont à peine plus gros que des cigarettes).

Malgré que la tentative du gouvernement fédéral d'interdire les cigarettes et petits cigares aromatisés (sauf au menthol) en 2010 (loi C-32)<sup>xxxviii</sup>, des produits quasiment identiques demeurent sur le marché.

Les fabricants ont simplement figolé leurs produits pour échapper à la définition légale d'une cigarette ou d'un « petit cigare », par exemple en modifiant ou en retirant le filtre et en rallongeant leurs cigarillos de quelques millimètres pour qu'ils pèsent plus de 1,4g. (Certains fabricants s'en sont même ouvertement vanter !)<sup>xxxix</sup>

AVANT la loi fédérale C-32: cigarillos "PRIME TIME" (pêche, rhum, framboise)



APRÈS C-32: cigares "PRIME TIME Plus" (pêche, rhum, cerise)



La Coalition québécoise pour le contrôle du tabac réclame l'interdiction de toutes les saveurs, incluant le menthol, pour l'ensemble des produits du tabac. Il s'agit d'utiliser la même liste de saveurs et d'additifs énumérés dans la Loi fédérale, d'y ajouter le menthol, et de l'étendre à tous les produits du tabac vendus au Québec.

## Précédents

- Le 8 février dernier, le Chili a adopté une loi permettant au ministre de la Santé **d'interdire ou de limiter les additifs ajoutés aux produits du tabac qui ont pour effet d'augmenter le niveau d'accoutumance ou de risques pour le consommateur.**<sup>xi</sup> Un règlement sera publié le 31 mai prochain et précisera les additifs interdits ou permis en deçà d'un seuil maximal.<sup>xii</sup> **La réglementation apparaît viser l'ensemble des produits du tabac et le menthol** serait l'une des substances visées.<sup>xiii</sup> (Le ministre de la Santé, Jaime Mañalich, est cité dans les médias pour avoir affirmé que le menthol entraîne une broncho-dilatation qui masque l'irritation de la fumée inhalée, ce qui favorise l'accoutumance chez les enfants, les jeunes et les femmes.<sup>xliii</sup>)
- Le Brésil a adopté une norme en 2012 interdisant toutes les saveurs dans tous les produits du tabac fumés.** L'interdiction entre en vigueur en septembre 2013, s'applique à tous les produits du tabac et inclut le menthol, bien que le sucre en soit exempté.<sup>xliv</sup>



- Les États-Unis<sup>xlv</sup> tout comme la plupart des États australiens<sup>xlvi</sup> ont interdit certaines saveurs caractérisantes dans les cigarettes (depuis 2009).
- La Ville de New York interdit la vente de produits du tabac ayant une saveur ou un arôme caractérisant (autre que le menthol, la menthe ou « *wintergreen* »), sauf dans les points de vente spécialisés établis depuis 2001.<sup>xlvii</sup>
- L'Alberta a annoncé en novembre 2012 son intention d'introduire un projet de loi pour restreindre la vente de produits du tabac aromatisés.<sup>xlviii</sup>
- La Communauté européenne (CE) a entamé la révision de sa « Directive sur les produits du tabac ». Si adoptée, la vente de cigarettes, de tabac à rouler et de tabac sans fumée ayant une saveur ou un arôme caractérisant — incluant le menthol — serait interdite dans l'ensemble des pays membres de la CE. Les produits du cigare et le tabac à pipe sont exemptés, mais l'exemption sera annulée si le volume de vente augmente.<sup>xlix</sup>

## Références :

- <sup>i</sup> Propel Center for Population Health Impact, *Youth Smoking Survey : Results Profile for Québec, 2010/2011*, mai 2012, page 11. [http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10\\_EN\\_Provincial%20Report\\_OC\\_20120514.pdf](http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10_EN_Provincial%20Report_OC_20120514.pdf)
- <sup>ii</sup> Levasseur, G; Hutchings, H; Kaiserman, MJ pour Health Canada, Tobacco Control Program, Evaluation and Surveillance, "Little Cigars – Big Concerns", Présentation écrite pour la *Tobacco Science Research Conference*, Caroline du Nord, 23-26 septembre 2007. [www.cqct.qc.ca/Documents\\_docs/DOCU\\_2008/DOCU\\_07\\_00\\_00\\_HC\\_LittleCigars.pdf](http://www.cqct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2008/DOCU_07_00_00_HC_LittleCigars.pdf)
- <sup>iii</sup> Institut de la statistique du Québec. *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire*, 2008. [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac\\_alcool2008c3.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac_alcool2008c3.pdf)
- <sup>iv</sup> Institut de la statistique du Québec. *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire*, 2008, page 184. [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac\\_alcool2008.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac_alcool2008.pdf)
- <sup>v</sup> Institut de la statistique du Québec. *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire*, 2008, page 184. [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac\\_alcool2008.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2009/Tabac_alcool2008.pdf)
- <sup>vi</sup> Propel Center for Population Health Impact, *Youth Smoking Survey : Results Profile for Québec, 2010/2011*, 2012. (Données validées par l'INSPQ, avril 2013) (Variable : produits fumés dans les 30 jours précédents l'enquête) [http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10\\_EN\\_Provincial%20Report\\_OC\\_20120514.pdf](http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10_EN_Provincial%20Report_OC_20120514.pdf)
- <sup>vii</sup> Propel Center for Population Health Impact, *Youth Smoking Survey : Results Profile for Québec 2010/2011*, 2012. (Données validées par l'INSPQ, avril 2013) (Variable : produits fumés dans les 30 jours précédents l'enquête) [http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10\\_EN\\_Provincial%20Report\\_OC\\_20120514.pdf](http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10_EN_Provincial%20Report_OC_20120514.pdf)
- <sup>viii</sup> Rising J., Alexander L., "Review : Marketing of menthol cigarettes and consumer perceptions", *Tobacco Induced Diseases*, 2011, 9(Suppl 1):S2. <http://www.tobaccoinduceddiseases.com/content/9/S1/S2>
- <sup>ix</sup> Ferris Wayne, G., Connolly, G., "Application, function, and effects of menthol in cigarettes: A survey of tobacco industry documents", *Nicotine & Tobacco Research*, février 2004, Vol 6 Suppl. 1. [http://ntr.oxfordjournals.org/content/6/Suppl\\_1/S43.abstract](http://ntr.oxfordjournals.org/content/6/Suppl_1/S43.abstract)
- <sup>x</sup> German Cancer Research Center (DKFZ), *Additives in Tobacco Products: Menthol*, Heidelberg, Allemagne, 2012. [http://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/PITOC/PITOC\\_Tobacco\\_Additives\\_Menthol.pdf](http://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/PITOC/PITOC_Tobacco_Additives_Menthol.pdf)
- <sup>xi</sup> WHO Study Group on Tobacco Regulation — TobReg (Comité d'experts internationaux constitué par l'OMS), « The Scientific Basis of Tobacco Product Regulation », *WHO Technical Report Series*, 2007, no 945, p. 37. [http://www.who.int/tobacco/global\\_interaction/tobreg/9789241209458.pdf](http://www.who.int/tobacco/global_interaction/tobreg/9789241209458.pdf)
- <sup>xii</sup> German Cancer Research Center (DKFZ), *Additives in Tobacco Products: Menthol*, Heidelberg, Allemagne, 2012. [http://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/PITOC/PITOC\\_Tobacco\\_Additives\\_Menthol.pdf](http://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/PITOC/PITOC_Tobacco_Additives_Menthol.pdf)
- <sup>xiii</sup> Benowitz, N., Houston, T., Kiefe, C., in "Coronary Artery Risk Development in Young Adults", *Archives of Internal Medicine*, 25 septembre 2006. <http://universityofcalifornia.edu/news/article/8525>
- <sup>xiv</sup> Propel Center for Population Health Impact, *Youth Smoking Survey : Results Profile for Québec 2010/2011*, 2012. (Données validées par l'INSPQ, avril 2013) [http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10\\_EN\\_Provincial%20Report\\_OC\\_20120514.pdf](http://www.yss.uwaterloo.ca/results/yss10_EN_Provincial%20Report_OC_20120514.pdf)
- <sup>xv</sup> Données de l'ESUTC de 2011 (tableau 10.2, page 86), in PROPEL Center for Populational Health Impact, *Tobacco Use in Canada : Patterns and Trends, 2013 Edition*. <http://www.tobaccoreport.ca/2013/>
- <sup>xvi</sup> Dugas, E. et al., "Water-pipe smoking among North American youth". *Pediatrics*, 2010; 125:1184-1189. <http://pediatrics.aappublications.org/content/125/6/1184.full.pdf>
- <sup>xvii</sup> Cobb C, et al., "Waterpipe Tobacco Smoking: An Emerging Health Crisis in the United States", *Am J Health Behav.*, mai-juin 2010, 34(3): 275–285. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215592/>
- <sup>xviii</sup> WHO Study Group on Tobacco Product Regulation, *Advisory Note Waterpipe Tobacco Smoking: Health Effects, Research Needs and Recommended Actions by Regulators*, Genève, 2005. [http://www.who.int/tobacco/global\\_interaction/tobreg/Waterpipe%20recommendation\\_Final.pdf](http://www.who.int/tobacco/global_interaction/tobreg/Waterpipe%20recommendation_Final.pdf)
- <sup>xix</sup> WHO Study Group on Tobacco Product Regulation, *Advisory Note Waterpipe Tobacco Smoking: Health Effects, Research Needs and Recommended Actions by Regulators*, Genève, 2005. [http://www.who.int/tobacco/global\\_interaction/tobreg/Waterpipe%20recommendation\\_Final.pdf](http://www.who.int/tobacco/global_interaction/tobreg/Waterpipe%20recommendation_Final.pdf)
- <sup>xx</sup> Unité de recherche sur le tabac de l'Ontario, *Waterpipe smoking : a growing health concern*, janvier 2011. [http://otru.org/wp-content/uploads/2012/06/update\\_jan2011.pdf](http://otru.org/wp-content/uploads/2012/06/update_jan2011.pdf)
- <sup>xxi</sup> Vansickel, AR. et al., "Waterpipe tobacco products: nicotine labeling versus nicotine delivery", *Tobacco Control*, mai 2012, Vol. 21(3):377-379. <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/21/3/377>
- <sup>xxii</sup> Rice, VH. et al., "Predictors of Arab American adolescent tobacco use", *Merrill Plamer Q.*, 2006, 52(2):327–342 tel que cité par Cobb, C. et al. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215592/>
- <sup>xxiii</sup> Cobb, C. et al., "Waterpipe Tobacco Smoking: An Emerging Health Crisis in the United States", *Am J Health Behav.*, mai-juin 2010, 34(3): 275–285. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215592/>
- <sup>xxiv</sup> Sharon Chisvin, "Deadly game : Health and sports groups say use of smokeless tobacco is on the rise among young hockey players", *Winnipeg Free Press*, janvier/février 2013. <http://www.winnipegfreepress.com/arts-and-life/life/health/features/189413381.html>
- <sup>xxv</sup> Secrétariat de la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte antitabac, *Control and prevention of smokeless tobacco products*, rapport préparé à l'occasion de la 5<sup>e</sup> conférence des Parties, 12 au 17 novembre 2012, Séoul (République de Corée). [http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop5/FCTC\\_COP5\\_12-fr.pdf](http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop5/FCTC_COP5_12-fr.pdf)

- xxvii Santé Canada, *Produits du tabac sans fumée : analyse chimique et de toxicité*, 2010. <http://www.hc-sc.gc.ca/hc-ps/pubs/tobac-tabac/smokeless-sansfumee/index-fra.php>
- xxviii Secrétariat de la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte antitabac, *Control and prevention of smokeless tobacco products*, rapport préparé à l'occasion de la 5<sup>e</sup> conférence des Parties, 12 au 17 novembre 2012, Séoul (République de Corée). [http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop5/FCTC\\_COP5\\_12-fr.pdf](http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop5/FCTC_COP5_12-fr.pdf)
- xxix Organisation mondiale de la santé, *Prévention du cancer* (site Web consulté en avril 2013). <http://www.who.int/cancer/prevention/fr/>
- xxx National Cancer Institute, *Smokeless tobacco causes oral cancer, esophageal cancer, and pancreatic cancer* (site web consulté en avril 2013). <http://www.cancer.gov/cancertopics/factsheet/Tobacco/smokeless>
- xxxi Connolly, G. (Harvard School of Public Health, Boston, Massachusetts), "Sweet and spicy flavours: new brands for minorities and youth", *Tobacco Control*, 13:211-212, 2004. <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/13/3/211.full>
- xxxii Phillip Morris, *New Flavors Qualitative Research Insights*, 1992, no Bates 2048207530.
- xxxiii Marketing Innovations, Inc. pour Brown & Williamson Tobacco Corporation, *Youth Cigarettes - New concepts*, septembre 1972. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/wwq54a99/pdf>
- xxxiv Carpenter, C. et al., "New cigarette brands with flavors that appeal to youth: Tobacco Marketing Strategies", *Health Affairs*, novembre 2005, 24(6):1601-1610. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16284034>
- xxxv Marketing Innovations, Inc. pour Brown & Williamson Tobacco Corporation, *Youth Cigarettes - New concepts*, septembre 1972. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/wwq54a99/pdf>
- xxxvi Publicités dans les revues spécialisées : "M by Colts", revue spécialisée *Your Convenience Manager* (YCM), septembre 2012, page 13; "Benson & Hedges KS Menthol", revue spécialisée *Votre bulletin d'Information et de Gestion* (VIG), mai 2013, page 6; "Prime Time Plus et Bullseye Extra", revue spécialisée *Votre bulletin d'Information et de Gestion* (VIG), mai 2011, page 73; "M by Colts Café Latte", revue spécialisée *Votre bulletin d'Information et de Gestion* (VIG), mai 2011, page 60.
- xxxvii George Gay, "Sweet Spot: The remarkable appeal of water pipe tobacco", revue spécialisée *Tobacco Reporter*, juillet 2012.
- xxxviii Lignes directrices adoptées en 2010 (COP 4) pour la mise en œuvre des articles 9 et 10 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. "Parties should regulate, by prohibiting or restricting, ingredients that may be used to increase palatability in tobacco products. (i) Ingredients indispensable for the manufacturing of tobacco products and not linked to attractiveness should be subject to regulation according to national law. (ii) Ingredients that have colouring properties Colouring agents are added to various components of tobacco products to make the resulting product more appealing. Attractively-coloured cigarettes (e.g. pink, black, denim blue) have been marketed." <http://www.who.int/fctc/guidelines/Decisions9and10.pdf>
- xxxix Gouvernement du Canada, « Loi restreignant la commercialisation du tabac auprès des jeunes », [http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Pub=Bill&Doc=C-32\\_4&Mode=1&Parl=40&Ses=2&Language=F&File=4](http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Pub=Bill&Doc=C-32_4&Mode=1&Parl=40&Ses=2&Language=F&File=4) ; Liste des additifs : <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/T-11.5/page-16.html>
- xl Publicité du Groupe de tabac scandinave pour "M by Colts", *L'Alimentation* (revue spécialisée), avril 2012, page 21.
- xli Les nouvelles dispositions de l'article 9 de la Loi modifiant l'ancienne loi sur le tabac du Chili. "Artículo 9º... No podrán comercializarse los productos de tabaco que contengan aditivos que no hayan sido previamente informados al Ministerio de Salud... El Ministerio de Salud podrá prohibir el uso de aditivos y sustancias que se incorporen al tabaco en el proceso de fabricación de los productos a los que se refiere esta ley, destinados a ser comercializados en el territorio nacional, cuando tales aditivos y sustancias aumenten los niveles de adicción, daño o riesgo en los consumidores de dichos productos. Además, en los casos mencionados anteriormente, podrá establecer los límites máximos permitidos de las sustancias contenidas en los productos de tabaco. Asimismo, fijará las normas sobre difusión de la información referida a los aditivos y sustancias incorporadas al tabaco y sus efectos en la salud de los consumidores." <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1047848>
- xlii "En el Día Mundial del Tabaco que se celebra el 31 de mayo, el Ministerio de Salud presentará el nuevo reglamento para esta ley, sin embargo la ley específica que solamente se podrá prohibir el uso de aditivos si se demuestra que existe adicción". CNN-Chile, 22 février 2013. [www.cnnchile.com/noticia/2013/02/22/uso-de-aditivos-en-la-mira-del-minsal-con-nueva-ley-de-tabaco](http://www.cnnchile.com/noticia/2013/02/22/uso-de-aditivos-en-la-mira-del-minsal-con-nueva-ley-de-tabaco)
- xliiii "the legislation prohibits the inclusion of additives in tobacco products, meaning in effect that Chile becomes only the second country in the world after Brazil to ban menthol cigarettes (in both standard and capsul form) and the first to implement a ban, as Brazil's measure is staggered" dans « Tobacco Control in Chile – An Unremarkable Market Becomes an Unlikely Bellwether ». *Euromonitor International*, 11 avril 2013. <http://blog.euromonitor.com/2013/04/tobacco-control-in-chile-an-unremarkable-market-becomes-an-unlikely-bellwether.html>
- xliiii Gabriela Sandoval, « Cigarrillos mentolados quedarán prohibidos en agosto de este año », quotidien *La Tercera*, 22 février 2013. <http://diario.latercera.com/2013/02/22/01/contenido/pais/31-130435-9-cigarrillos-mentolados-queraran-prohibidos-en-agosto-de-este-ano.shtml>
- xliiii "Any manufactured product derived from tobacco, which contains in its composition tobacco leaves, even partially constituted by tobacco", Loi brésilienne (en portugais) : [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2012/rdc0014\\_15\\_03\\_2012.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2012/rdc0014_15_03_2012.pdf) ; traduction et commentaires : <http://citizen.typepad.com/eyesontrade/2012/04/brazils-flavored-cigarette-ban-now-targeted.html>
- xliiii Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - Tobacco Product Standards, section 907. <http://www.fda.gov/TobaccoProducts/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/ucm263053.htm>
- xliiii Products that possess a distinctive fruity, sweet or confectionery character. <http://www.tobaccoaustralia.org.au/chapter-11-advertising/11-4-state-and-territory-legislation>
- xliiii "Tobacco products shall include, but not be limited to: cigars, pipe tobacco, smokeless tobacco, dissolvable tobacco, snuff, shisha, blunts, and blunt wraps.", "Sale of flavoured tobacco products prohibited. It shall be unlawful for any person to sell or offer for sale any flavoured tobacco product except in a tobacco bar", Ville de New York, Restriction on the sale of certain flavoured tobacco products. <http://www.nyc.gov/html/doh/downloads/pdf/about/healthcode/health-code-chapter28.pdf> [http://law.onecle.com/new-york/new-york-city-administrative-code-new-IADC017-715\\_17-715.html](http://law.onecle.com/new-york/new-york-city-administrative-code-new-IADC017-715_17-715.html) [http://law.onecle.com/new-york/new-york-city-administrative-code-new-IADC017-502\\_17-502.html](http://law.onecle.com/new-york/new-york-city-administrative-code-new-IADC017-502_17-502.html)
- xliiii Gouvernement de l'Alberta, *Introducing legislation restricting the sale of flavoured tobacco*. Stratégie annoncée : <http://www.health.alberta.ca/initiatives/tobacco-reduction-strategy-2012.html>
- xliiii "Les cigarettes, le tabac à rouler et les PTSC [Produits du tabac sans combustion] ne peuvent pas contenir d'arômes caractérisants. Les additifs créent une impression trompeuse (tels que les vitamines) et les arômes contenus dans des composants des produits du tabac (tels que les filtres et le papier) sont interdits. ... Cependant, le tabac pour pipe, les cigares et les cigarillos ne servent pas en quantité massive de 'porte d'entrée' dans le tabagisme. Par conséquent, la proposition prévoit des règles moins strictes pour ces produits: ... les arômes caractérisants ne sont pas interdits. Cette exemption sera annulée en cas d'évolution notable de la situation (du point de vue du volume des ventes ou de la prévalence du tabagisme chez les jeunes. ... La proposition n'interdit aucun arôme spécifiquement, mais elle proscrie les produits du tabac contenant des 'arômes caractérisants', notamment le menthol. Dans les faits, il reste possible d'utiliser le menthol en faibles proportions, mais non dans des quantités telles qu'il confère au produit un goût perceptible autre que celui du tabac. ... L'emploi d'additifs qui sont nécessaires à la fabrication des produits du tabac (y compris le sucre) restera admis." Questions/Réponses et survol : [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-12-1005\\_fr.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-1005_fr.htm) ; Rapport du comité scientifique sur le rôle des additifs : [http://ec.europa.eu/health/scientific\\_committees/emerging/docs/scenih\\_r\\_o\\_031.pdf](http://ec.europa.eu/health/scientific_committees/emerging/docs/scenih_r_o_031.pdf)