



(La version française suit)

Disclaimer:

The attached or following information, regardless of format, is provided solely for the purpose of research or private study; any other use may require the authorization of the copyright owner. Digital reproductions of print material are provided for convenience; in the case of any inconsistency between the digital version and the original print version, the original print version shall prevail.

Avertissement :

L'information qui suit ou qui se trouve en pièce jointe, quel qu'en soit le format, n'est fournie qu'à des fins de recherche ou d'études privées : tout usage à d'autres fins pourrait requérir l'autorisation du détenteur du droit d'auteur. Les versions numérisées des documents imprimés sont fournies par souci de commodité : en cas d'écart entre la version numérisée et la version imprimée, c'est cette dernière qui fait foi.

J
103
H61
43-1

8555-431-243



ORDER/ADDRESS OF THE HOUSE OF COMMONS ORDRE/ADRESSE DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

Q-243	Mr. Davies (Vancouver Kingsway)	Jan 23, 2020 / Le 23 janv. 2020
-------	---------------------------------	---------------------------------

RETURN BY THE LEADER OF THE GOVERNMENT IN THE HOUSE OF COMMONS
DÉPÔT DU LEADER DU GOUVERNEMENT À LA CHAMBRE DES COMMUNES

Mr. Lamoureux

PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

March 11, 2020 / Le 11 mars 2020

(TABLED FORTHWITH / DÉPOSÉ AUSSITÔT)

LIBRARY OF PARLIAMENT
MAR 12 2020
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

MAR 11 2020

SESSIONAL PAPER
DOCUMENT PARLEMENTAIRE
8555-431-243
HOUSE OF COMMONS
CHAMBRE DES COMMUNES



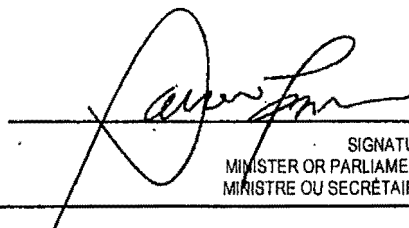
**INQUIRY OF MINISTRY
DEMANDE DE RENSEIGNEMENT AU GOUVERNEMENT**

PREPARE IN ENGLISH AND FRENCH MARKING "ORIGINAL TEXT" OR "TRANSLATION"
PRÉPARER EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS EN INDIQUANT "TEXTE ORIGINAL" OU "TRADUCTION"

QUESTION NO./N° DE LA QUESTION Q-243	BY / DE Mr. Davies (Vancouver Kingsway)	DATE January 23, 2020
---	--	--------------------------

Reply by the Minister of Health
Réponse de la ministre de la Santé

Signed by Mr. Darren Fisher



PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

QUESTION

With regard to the Tobacco and Vaping Products Act (TVPA), for the period of May 23, 2018, to December 14, 2019: (a) what compliance and enforcement actions have been taken to ensure that advertisements, promotions and testimonials for (i) Vype vaping products distributed by Imperial Tobacco Canada, (ii) JUUL vaping products, (iii) Logic Compact vaping products, (iv) STLTH vaping products, (v) myBLU vaping products, (vi) Mylé vaping products are in compliance with the TVPA and its regulations; (b) if compliance and enforcement actions have been taken with respect to these products, what has been the result of those enforcement actions with respect to (i) correspondence with manufacturers or retailers, (ii) charges laid against manufacturers or retailers, (iii) products seized; and (c) have Health Canada officials made any recommendations for adjustments to (i) the TVPA and its regulations, (ii) compliance and enforcement processes, (iii) other related processes and, if so, what?

REPLY / RÉPONSE

ORIGINAL TEXT / TEXTE ORIGINAL TRANSLATION / TRADUCTION

Health Canada

The *Tobacco and Vaping Products Act* (TVPA) restricts the promotion of vaping products, including:

- Prohibiting advertising across all media channels that is appealing to youth or that associates vaping products with an exciting lifestyle (effective May 23, 2018);
- Restricting giveaways of vaping products and branded merchandise (effective May 23, 2018);
- Prohibiting advertising that use sponsorship promotions (effective May 23, 2018);
- Prohibiting the sale and promotion of vaping products with design features that make the product particularly appealing to youth, such as interesting shapes or sounds (effective November 19, 2018);
- Prohibiting advertisements through testimonials or endorsements, including those that depict cartoon characters or animals (effective November 19, 2018); and
- Restricting the promotion of vaping products with candy and dessert flavours (effective November 19, 2018).

(a) Compliance and Enforcement Actions: Advertisements, Promotion and Testimonials

From May 2018 to December 2019, a range of compliance promotion and monitoring activities and enforcement actions were undertaken with respect to the promotion of vaping products, including advertisements and testimonials, which were deemed non-compliant with the TVPA and its regulations.

During this period, Health Canada conducted compliance promotion activities to raise awareness of the compliance obligations in this newly regulated industry. These activities included:

- initial mailing to industry and public health stakeholders (~90 recipients) in May 2018;
- distribution of TVPA fact sheets to almost 3,000 vaping product retailers in May 2019;
- letters to over 20,000 manufacturers and retailers outlining prohibitions and potential penalties in June 2019;
- letters from the Minister of Health to nine vaping and retail associations reminding them of their responsibilities to prevent youth access under the TVPA in June 2019; and,

- letters to retail associations and manufacturers (including JUUL, Imperial Tobacco Canada Ltd, JTI MacDonald) calling on the industry to take immediate action to remove vaping product promotions that could be seen by youth in December 2019.

Between July and December of 2019, Health Canada conducted over 3,000 inspections of specialty vaping establishments, convenience stores, and other retailers across the country that sell and/or promote vaping products. These inspections covered both vaping product safety and the promotion of vaping products. The two most common types of non-compliance observed at specialty vaping establishments during this period were the promotion of vaping products through testimonials or endorsements and the promotion of vaping product flavours appealing to young persons. Warning Letters were issued to retailers and over 80,000 products were seized in cases of observed non-compliance. Within this time period, the department also took action at festivals and events where non-compliant activities were taking place. In addition to inspections at brick and mortar retail establishments, Health Canada also verifies compliance of companies advertising and promoting vaping products for sale on websites and via social media.

In December 2019, Health Canada began publishing vaping inspection summary results on its website (<https://www.canada.ca/en/health-canada/services/smoking-tobacco/vaping/compliance-enforcement/quarterly-report-july-september-2019.html>). The information provided includes the names of businesses found to be non-compliant with the requirements of the *Tobacco and Vaping Products Act* and/or the *Canada Consumer Product Safety Act* at the time of inspection. Health Canada will continue to post quarterly inspection reports.

i) VYPE CANADA

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores and gas stations, as well as at festivals and other pop-up locations where Vype products were promoted, but not sold (e.g. Vype Oasis Lounge and Vype Trucks). The Department also reviewed and took action based on complaints received related to Vype advertising (e.g. posters, billboards, movie trailer ads, bus shelter ads and pop-up stands at retail).

Health Canada has issued Warning Letters to Imperial Tobacco Canada Ltd regarding Vype Canada promotions, including: Festival sponsorship promotion (to manufacturer, event organizer and marketing agency), Vype ads on television; lifestyle promotions at retail; the Epod starter kit; advertisements played on video screens in retail stores; and for a lifestyle-related promotion in a store.

For online advertising and promotion, Health Canada inspected 16 social media influencers promoting Vype Canada products and conducted four (4) inspections of Vype Canada's website and social media platforms. Health Canada has provided compliance promotion material to seven (7) Vype Canada social media influencers, and sent Warning Letters to Imperial Tobacco Canada Ltd. regarding Vype Canada website and social media platform advertisements (i.e., Winter Getaway Facebook post, Techies Day Facebook post).

ii) JUUL CANADA

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores, gas stations, and festivals, and reviewed complaints submitted for advertising via posters, billboards and bus shelters. Health Canada has issued Warning Letters to retailers regarding sales promotions, and to JUUL Canada regarding promotions at various retail establishments advertising a JUUL Starter Kit.

iii) LOGIC

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores, gas stations, and festivals, and of Logic Compact's website and social media platforms. Health Canada has issued a Warning Letter to JTI MacDonald and a festival organizer for non-compliant promotion observed at a festival (i.e., Logic Vaping Product Tent).

iv) STLTH

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores, gas stations, and festivals. Health Canada has issued a Warning Letter regarding promotion observed at a Toronto festival.

v) myBLU

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores, gas stations, and festivals.

vi) MYLÉ

Health Canada has conducted inspections at specialty vape shops, convenience stores, gas stations, and festivals.

(b) Results of Enforcement Actions

i and iii)

In addition to the over 80,000 products seized and compliance and enforcement actions noted above (e.g. correspondence via Warning Letter), Health Canada has observed the following results to its compliance and enforcement actions:

VYPE CANADA

Health Canada has observed that Vype Canada has removed non-compliant promotion posters and kiosks at retail stores, signs at festivals, and starter kit promotions. Vype has stopped airing a non-compliant TV ad, and stopped their "sidewalk" promotions.

Health Canada seized Vype products (8 pods/2 packs), promotional material and a promotional "tunnel" (located in Toronto), as well as video screens and USB devices containing a non-compliant video.

Vype Canada has removed non-compliant posts from its Facebook and Instagram page. Testimonials have been removed from social media platforms and Vype has corrected the age gating mechanism on their website. Health Canada has observed that, overall, many influencers have brought their social media (Facebook and Instagram) and/or websites platforms into compliance.

JUUL CANADA

JUUL agreed to remove promotional posters, and Health Canada seized any remaining posters observed at retail locations across Canada for JUUL starter kits.

LOGIC

Health Canada seized a tent where promotions were observed at a festival.

STLTH

Health Canada has seized product at retail stores, the manufacturer, and a STLTH booth at a festival. Health Canada has also observed the renaming and relabeling of product.

myBLU

No measures taken specific to this company.

MYLÉ

Health Canada seized products at retail stores.

ii) Compliance actions to date under the TVPA have included warning letters and seizures. The department is in the process of determining next steps related to any recommendations for prosecutions.

(c) Recommended Adjustments to TVPA, Regulations and C&E processes

- i) With respect to adjustments to the TVPA and its regulations, the Department has put forward a number of regulatory initiatives since May 23, 2018:
- The *Regulations Excluding Certain Vaping Products Regulated Under the Food and Drugs Act from the Application of the Tobacco and Vaping Products Act* were registered on June 22, 2018.
 - Final publication of the *Vaping Products Labelling and Packaging Regulations* in *Canada Gazette, Part II* took place on December 25, 2019. These regulations require that:
 - All vaping substances labels display a list of ingredients;
 - Vaping products that contain nicotine display the concentration of nicotine and a health warning about the addictiveness of nicotine. (If a vaping product does not contain nicotine, it would be permitted to indicate that the vaping product is nicotine free.);
 - All refillable vaping devices and their parts be child-resistant; and,
 - Vaping substances containing very toxic concentrations of nicotine, specifically 66mg/mL or more, continue to be prohibited.
 - Vaping products that contain nicotine in a concentration of 0.1 mg/mL or more need:
 - a toxicity warning including the toxic hazard symbol and a first-aid treatment statement to warn of the ingestion toxicity hazard; and,
 - child-resistant containers.

- On December 19, 2019, the Minister of Health announced the pre-publication of the proposed *Vaping Products Promotion Regulations* in *Canada Gazette, Part I* for a consultation period of 30 days. The proposed regulations would:
 - Prohibit the promotion of vaping products and vaping product-related brand elements by means of advertising that is done in a manner that can be seen or heard by young persons, including the display of vaping products at points of sale where they can be seen by young persons.
 - Require that all vaping advertising convey a health warning about the health hazards of vaping product use.

If adopted, the regulations would prohibit all vaping advertising in public places such as shopping malls, gas stations and convenience stores, transit facilities, billboards, etc.

- The Minister of Health also announced that additional measures with respect to reducing nicotine concentration limits and imposing additional flavour restrictions are being examined, using the best available evidence.

From April 11 to May 25, 2019, Health Canada consulted Canadians on further potential regulatory measures that could be considered to reduce the appeal of vaping products to youth, and to further limit youth access to vaping products. This consultation welcomed ideas from the public and sought feedback on potential measures, such as implementing additional restrictions for online sales, prohibiting the manufacture of vaping products with certain flavours or flavour ingredients, and restricting the concentration and/or delivery of nicotine in vaping products. More than 24,000 submissions were received from a wide variety of stakeholders. Health Canada published the results of this public consultation on December 19, 2019.

- ii) During the inspections beginning in July 2019, Health Canada identified high rates of non-compliance. In light of these early findings, the Department focused and prioritized inspections of vaping retail establishments to ensure that a high number of establishments were inspected in Canada. It is the Department's expectation that regulated parties take the responsibility to identify and address issues of non-compliance in a timely manner. Health Canada will continue to apply assertive oversight to ensure compliance with the requirements of the TVPA and CCPSA.



INQUIRY OF MINISTRY DEMANDE DE RENSEIGNEMENT AU GOUVERNEMENT

PREPARE IN ENGLISH AND FRENCH MARKING "ORIGINAL TEXT" OR "TRANSLATION"
PRÉPARER EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS EN INDIQUANT "TEXTE ORIGINAL" OU "TRADUCTION"

QUESTION NO./N° DE LA QUESTION Q-243	BY / DE M. Davies (Vancouver Kingsway)	DATE Le 23 janvier 2020
---	---	----------------------------

Reply by the Minister of Health
Réponse de la ministre de la Santé

Signé par M. Darren Fisher

PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

QUESTION

En ce qui concerne la Loi sur le tabac et les produits de vapotage (LTPV), pour la période s'échelonnant du 23 mai 2018 au 14 décembre 2019 : a) quelles mesures d'observation et d'application de la loi ont été prises pour veiller à ce que les publicités, les promotions et les témoignages relatifs (i) aux produits de vapotage Vype distribués par Imperial Tobacco Canada, (ii) aux produits de vapotage JUUL, (iii) aux produits de vapotage Logic Compact, (iv) aux produits de vapotage STLTH, (v) aux produits de vapotage myBLU, (vi) aux produits de vapotage Mylé respectent la LTPV et son règlement d'application; b) si des mesures d'observation et d'application de la loi ont été prises en ce qui a trait à ces produits, quels en ont été les résultats en ce que concerne (i) la correspondance avec les fabricants ou les détaillants, (ii) les accusations portées contre les fabricants ou les détaillants, (iii) les produits saisis; c) les fonctionnaires de Santé Canada ont-ils recommandé des ajustements (i) à la LTPV et à son règlement d'application, (ii) aux mécanismes d'observation et d'application de la loi, (iii) à d'autres mécanismes connexes et, le cas échéant, en quoi consistaient-ils?

REPLY / RÉPONSE

ORIGINAL TEXT
TEXTE ORIGINAL

TRANSLATION
TRADUCTION

Santé Canada

La Loi sur le tabac et les produits de vapotage (LTPV) restreint la promotion de produits de vapotage, ce qui comprend les mesures suivantes :

- Interdire la publicité attrayante pour les jeunes ou qui associe les produits de vapotage à un mode de vie passionnant dans tous les médias (en vigueur depuis le 23 mai 2018);
- Limiter la distribution gratuite de produits de vapotage et de marchandise de marque (en vigueur depuis le 23 mai 2018);
- Interdire la publicité par l'intermédiaire d'activités promotionnelles de commanditaires (en vigueur depuis le 23 mai 2018);
- Interdire la vente et la promotion de produits de vapotage dont les caractéristiques de conception (comme une forme ou des sons intéressants) les rendent particulièrement attrayants pour les jeunes (en vigueur depuis le 19 novembre 2018);
- Interdire les publicités par l'entremise de témoignages ou d'attestations, y compris ceux qui présentent des personnages de bande dessinée ou des animaux (en vigueur depuis le 19 novembre 2018);
- Limiter la promotion de produits de vapotage aux arômes de bonbon et de dessert (en vigueur depuis le 19 novembre 2018).

a) Mesures de conformité et d'exécution de la loi : publicités, promotion et témoignages

De mai 2018 à décembre 2019, on a mené un éventail d'activités de promotion et de surveillance de la conformité; des mesures d'application de la loi ont également été prises afin de lutter contre la promotion de produits de vapotage, y compris dans le cadre de publicités et de témoignages, qui ont été déterminé comme étant en contravention avec la LTPV et à ses règlements.

Pendant cette période, Santé Canada a mené des activités de promotion de la conformité en vue de mieux faire connaître les obligations en matière de conformité dont cette industrie nouvellement réglementée doit s'acquitter. Parmi ces activités, notons les suivantes :

- un premier envoi postal à l'industrie et aux intervenants de la santé publique (environ 90 destinataires) en mai 2018;

- la distribution de feuillets de renseignements sur la LTPV à près de 3 000 détaillants de produits de vapotage en mai 2019;
- l'envoi de lettres, en juin 2019, à plus de 20 000 fabricants et détaillants qui indiquaient les interdictions et des pénalités possibles;
- l'envoi de lettres de la ministre de la Santé à neuf associations de vapotage et de détail en juin 2019 afin de leur rappeler leurs responsabilités en vertu de la LTPV pour prévenir l'accès par les jeunes;
- l'envoi de lettres à des associations de détail et des fabricants (y compris JUUL, Imperial Tobacco Canada Ltée et JTI MacDonald) en décembre 2019 afin d'en appeler l'industrie à agir sans tarder pour éliminer les promotions de produits de vapotage susceptibles d'être vues par des jeunes.

Entre les mois de juillet et de décembre 2019, Santé Canada a mené plus de 3 000 inspections dans des établissements de produits de vapotage spécialisés, des dépanneurs et d'autres détaillants à l'échelle du pays qui vendent des produits de vapotage ou en font la promotion. Ces inspections couvraient la sécurité des produits de vapotage et la promotion de ceux-ci. Les deux types de non-conformité les plus fréquemment observés étaient la promotion de produits de vapotage par l'entremise d'attestations ou de témoignages et la promotion d'arômes de produits de vapotage qui sont attrayants pour les jeunes. Des lettres d'avertissement ont été envoyées à des détaillants et plus de 80 000 produits ont été saisis dans les cas de non-conformité observée. Au cours de cette période, le ministère a également pris des mesures lors de festivals et d'événements où les activités non conformes avaient lieu. En plus des inspections effectuées aux points de ventes au détail, Santé Canada vérifie aussi la conformité des entreprises qui font la publicité et la promotion des produits de vapotage sur les sites Web et dans les médias sociaux.

En décembre 2019, Santé Canada a commencé à publier les résultats sommaires de ses inspections relatives aux produits de vapotage dans son site Web (<https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/tabagisme-et-tabac/vapotage/conformite-application-loi/rapport-trimestriel-juillet-septembre-2019.html>). On y trouve notamment les noms des entreprises jugés non conformes aux exigences de la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage* ou de la *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation* au moment de l'inspection. Santé Canada continuera de publier des rapports d'inspection trimestriels.

i) **VYPE CANADA**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs et des stations-service, ainsi qu'à des festivals et d'autres emplacements mobiles où l'on faisait la promotion de produits de vapotage sans les vendre (p. ex. le Vype Oasis Lounge et les camions Vype). Le ministère s'est également penché sur des plaintes reçues sur les promotions faites par Vype (p. ex., des affiches, des babillards, des publicités dans des bandes-annonces, des publicités dans des abribus et des kiosques temporaires de vente au détail) et a agi en conséquence.

Santé Canada a envoyé des lettres d'avertissement à Imperial Tobacco Canada Ltée concernant les promotions de Vype Canada, y compris les suivantes : la promotion dans le cadre d'une commandite de festival (le fabricant, l'organisateur de l'événement et l'agence de marketing ont tous reçu une lettre), les publicités sur Vype à la télévision, les promotions d'un mode de vie passionnant dans des commerces de détail, le nécessaire de départ Epod, les publicités jouées dans des commerces de détail et la promotion liée à un mode de vie passionnant dans un magasin.

En ce qui concerne la publicité et la promotion en ligne, Santé Canada a également mené des inspections auprès de 16 influenceurs dans les médias sociaux qui faisaient la promotion de produits de vapotage; le ministère a aussi mené quatre (4) inspections du site Web et des plateformes de médias sociaux de Vype Canada. Santé Canada a remis du matériel sur la promotion de la conformité à sept (7) influenceurs dans les médias sociaux de Vype Canada et envoyé des lettres d'avertissement à Imperial Tobacco Canada Ltée concernant des publicités dans le site Web Vype Canada et les plateformes de médias sociaux (c.-à-d. les billets sur l'escapade hivernale et les journées technos publiés sur Facebook).

ii) **JUUL CANADA**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs, des stations-service, ainsi qu'à des festivals; le ministère s'est également penché sur des plaintes reçues à propos de la publicité sur des affiches et des babillards, et dans des abribus. Santé Canada a envoyé des lettres d'avertissement à des commerces de détail sur les promotions de ventes, ainsi que sur les promotions à divers commerces de détail qui faisaient la promotion d'un nécessaire de départ JUUL.

iii) **LOGIC**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs, des stations-service, ainsi qu'à des festivals; le ministère a également mené des inspections sur le site Web et les plateformes dans les médias sociaux de Logic Compact. Santé Canada a envoyé une lettre d'avertissement à JTI MacDonald et à l'organisateur d'un festival pour de la promotion non conforme à un festival (c.-à-d. la tente de produits de vapotage Logic).

iv) **STLTH**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs, des stations-service, ainsi que dans le cadre de festivals. Le ministère a envoyé une lettre d'avertissement sur la promotion remarquée dans le cadre d'un festival à Toronto.

v) **myBLU**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs, des stations-service, ainsi que dans le cadre de festivals.

vi) **MYLÉ**

Santé Canada a mené des inspections dans des boutiques spécialisées de produits de vapotage, des dépanneurs, des stations-service, ainsi que dans le cadre de festivals.

b) **Résultats des mesures d'exécution de la loi**

i et iii)

En plus des 80 000 produits qui ont été saisis et des mesures de conformité et d'exécution de la loi susmentionnées (p. ex., la correspondance au moyen d'une lettre d'avertissement), Santé Canada a fait les observations suivantes en ce qui concerne les résultats aux mesures de conformité et d'exécution :

VYPE CANADA

Santé Canada a remarqué que Vype Canada a retiré les affiches promotionnelles non conformes, les kiosques aux magasins de détail, les affiches dans les festivals et les promotions de nécessaire de départ. Vype a cessé de diffuser une publicité non conforme à la télévision et a mis fin à ses promotions « dans la rue ».

Santé Canada a confisqué des produits de Vype (huit capsules/deux ensembles), des produits promotionnels et le « tunnel » promotionnel situé à Toronto, ainsi que d'autres écrans vidéo et des clés USB contenant des vidéos non conformes.

Vype a retiré ses publications non conformes de ses pages Facebook et Instagram. Les témoignages ont été retirés des plateformes des médias sociaux. Vype a amélioré le mécanisme de contrôle de l'âge sur son site Web. Selon les observations faites par Santé Canada, bon nombre des influenceurs avaient généralement remis leur compte de médias sociaux (Facebook et Instagram) ou leur site Web dans un état de conformité.

JUUL CANADA

Juul Canada a accepté de retirer les affiches non conformes, et Santé Canada a saisi les affiches promotionnelles restantes sur les nécessaires de départ JUUL dans des magasins de détail d'un bout à l'autre du pays.

LOGIC

Santé Canada a confisqué une tente où des promotions avaient été observées lors d'un festival.

STLTH

Santé Canada a confisqué des produits dans des magasins de détail et dans les installations du fabricant, ainsi qu'un kiosque STLTH à un festival. Le ministère a également observé que le produit avait été renommé et réétiqueté.

myBLU

Aucune mesure précise n'a été prise à l'encontre de cette entreprise.

MYLÉ

Santé Canada a saisi des produits dans des magasins de détail.

ii) Parmi les mesures d'exécution prises à ce jour en vertu de la LTPV, notons l'envoi de lettres d'avertissement et les confiscations. Le ministère détermine les étapes suivantes liées à toute poursuite recommandée.

c) **Rajustements recommandés à la LTPV et à son règlement, ainsi qu'aux procédures de conformité et d'application de la loi**

i) En ce qui concerne les rajustements apportés à la LTPV et à ses règlements, le ministère a mis en place un certain nombre d'initiatives réglementaires depuis le 23 mai 2018 :

- Le *Règlement soustrayant certains produits de vapotage régis par la Loi sur les aliments et drogues à l'application de la Loi sur le tabac et les produits de vapotage* a été enregistré le 22 juin 2018.
- La publication finale du *Règlement sur l'étiquetage et l'emballage des produits de vapotage* le dans le *Gazette du Canada*, partie II, a eu lieu le 25 décembre 2019. Ce règlement exigerait que :

- Toutes les étiquettes des substances à vapotage affichent une liste d'ingrédients.
- Les produits de vapotage qui contiennent de la nicotine affichent la concentration de nicotine et un avertissement de santé sur le caractère addictif de la nicotine. (Si un produit de vapotage ne contient pas de nicotine, il serait permis d'indiquer que le produit de vapotage est exempt de nicotine).
- Tous les dispositifs de vapotage rechargeables et leurs pièces soient à l'épreuve des enfants.
- Les substances de vapotage contenant des concentrations très toxiques de nicotine, en particulier 66 mg/mL ou plus, continuent d'être interdites.
- Les produits de vapotage qui contiennent de la nicotine à une concentration de 0,1 mg/mL ou plus :
 - comprennent une mise en garde sur la toxicité comportant le symbole de danger de toxicité et un énoncé de traitement de premiers secours pour avertir du danger de toxicité par ingestion;
 - soient vendus dans des contenants à l'épreuve des enfants.
- Le 19 décembre 2019, la ministre de la Santé a annoncé la publication préalable du projet de *Règlement sur la promotion des produits de vapotage* dans la *Gazette du Canada*, partie 1, pour une période de consultation de 30 jours. Le projet de règlement propose ce qui suit :
 - Interdit de faire la promotion des produits de vapotage et des éléments de marque de produit de vapotage au moyen de publicités pouvant être vues ou entendues par des jeunes, y compris l'étalage de produits de vapotage aux points de vente où ces produits peuvent attirer le regard des jeunes;
 - Exige que toutes les publicités sur le vapotage comportent une mise en garde au sujet des risques pour la santé entraînés par l'usage de produits de vapotage.

Si adopté, le règlement interdirait toutes formes de publicité dans des lieux publics, tels que les centres commerciaux, les stations-service et les dépanneurs, les installations de transport en commun et les babillards, entre autres.
- La Ministre de la Santé a aussi annoncé que le travail se poursuit pour examiner des mesures supplémentaires afin de réduire le niveau de la concentration de nicotine ainsi qu'imposer des restrictions additionnelles sur les arômes, selon les données les plus probantes.

Du 11 avril au 25 mai 2019, Santé Canada a consulté les Canadiens sur d'autres mesures réglementaires éventuelles qui pourraient être envisagées pour réduire l'attrait des produits de vapotage pour les jeunes et pour limiter davantage l'accès des jeunes à ces produits. Cette consultation a permis de recueillir les idées du public et des commentaires sur des mesures potentielles telles que la mise en place de restrictions supplémentaires sur les ventes en ligne, l'interdiction de la fabrication de produits de vapotage avec certains arômes ou ingrédients aromatiques, et la restriction de la concentration et/ou de l'apport de nicotine dans les produits de vapotage. Plus de 24 000 soumissions ont été reçues de la part d'une grande variété d'intervenants. Santé Canada a publié les résultats de cette consultation publique le 19 décembre 2019.

- iii) Au cours des inspections qui ont débutées en juillet 2019, Santé Canada a relevé des taux de non-conformité élevés. À la lumière de ces résultats préliminaires, le ministère a axé et priorisé les inspections des établissements de vente au détail de produits de vapotage afin de garantir qu'un nombre plus élevé d'établissements fasse l'objet d'inspection au Canada. Le ministère s'attend à ce que les parties réglementées assument la responsabilité de cerner et de régler rapidement tout problème de non-conformité. Santé Canada continuera d'assurer une surveillance rigoureuse afin de garantir la conformité aux exigences prévues dans la LTPV et dans la *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation*.