
Action on Smoking & Health (Alberta)
Coalition québécoise pour le contrôle du tabac
Médecins pour un Canada sans fumée
Ontario Campaign for Action on Tobacco

Communiqué

« Santé Canada doit mettre fin à cette scandaleuse reprise de ‘Madmen’ dans la réalité avant que des milliers d'autres jeunes commencent à vapoter et augmentent ainsi leur risque de devenir fumeurs. »

- Les Hagen, directeur général, Action on Smoking & Health

DES GROUPES DE SANTÉ DEMANDENT AU FÉDÉRAL DE SERRER LA VIS À LA PROMOTION DES CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

(Ottawa, 20 novembre 2018) Des groupes de santé demandent à **Santé Canada** de sévir contre l'explosion récente de publicités de type « style de vie » pour les cigarettes électroniques [à la télévision](#), [sur les réseaux sociaux](#) et dans [d'autres contextes](#). Ils appellent à une application ferme de la loi en vigueur ainsi qu'à l'élaboration immédiate de règlements visant à assurer que les enfants canadiens soient protégés de toute publicité en faveur des cigarettes électroniques.

La [Loi sur le tabac et les produits de vapotage](#) (LTPV), une nouvelle législation visant à limiter la promotion et la vente de dispositifs de vapotage, a reçu la sanction royale le 23 mai dernier. Dès lors, plusieurs articles du projet de loi sont entrés en vigueur (y compris l'interdiction explicite de la promotion « style de vie » pour les produits de vapotage), tandis que d'autres sont entrés en vigueur hier.

Au cours de l'étude parlementaire sur le projet de loi S-5, ces groupes de santé ont averti à plusieurs reprises (comme [ici](#) et [ici](#)) les parlementaires à l'effet que la légalisation du marché du vapotage mènerait à l'entrée des multinationales du tabac sur le marché canadien et que ces sociétés utiliseraient un marketing agressif pour recruter des nouveaux clients. Certains parlementaires ont fait écho à ces préoccupations en proposant sans succès des amendements qui renforçaient les restrictions en matière de promotion. Maintenant, à peine quelques mois plus tard, leurs craintes se sont concrétisées: des promotions attrayantes, branchées et glamour pour les cigarettes électroniques surgissent à travers le pays.

Le fait que **Santé Canada** n'ait pas pris de mesures coercitives à l'encontre de la [campagne télévisée d'Imperial Tobacco pour sa marque Vype](#) est considéré comme un précédent crucial et dangereux pour la santé publique. La publicité, diffusée depuis la fin de l'été, a fait l'objet [d'une plainte officielle](#) à **Santé**

Canada. Le gouvernement n'a visiblement déployé aucun effort pour empêcher ces publicités ou pour pénaliser l'entreprise concernée.

*« Imperial Tobacco est en train de bafouer la nouvelle loi, » a déclaré **Neil Collishaw, directeur de la recherche chez Médecins pour un Canada sans fumée.** « Des décennies d'expérience avec les fabricants de tabac ont démontré que les lois ne sont robustes que si l'État est déterminé à les faire appliquer. Si Imperial Tobacco demeure impuni suite à cette infraction flagrante, il est presque certain que nous observerons bientôt les autres fabricants de cigarettes électroniques en faire autant. L'impact sur les jeunes sera considérable. »*

Avant même la légalisation des produits de vapotage, [l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues chez les élèves](#) (ECTADÉ) de **Santé Canada** constatait que le vapotage chez les adolescents avait augmenté de 75% au cours des deux années précédant 2017, allant jusqu'à doubler dans certaines provinces.

*« Avant même d'être ciblés par Imperial Tobacco, JUUL et d'autres compagnies spécialisées dans la nicotine, un élève canadien sur dix avait vapoté au cours du dernier mois, » a déclaré **Les Hagen, directeur général d'Action on Smoking & Health.** « Ces enfants font face à un risque réel de dépendance à vie et à un risque accru de devenir fumeurs. De nouvelles études montrent que les jeunes qui vapotent sont jusqu'à [quatre fois plus susceptibles de consommer la cigarette.](#) »*

L'apparente indifférence et l'approche permissive de **Santé Canada** font contraste avec les récentes mesures prises par la **Food and Drug Administration** américaine pour intensifier ses efforts de prévention en réponse à la popularité des produits destinés aux jeunes tels que **JUUL**. *« Nous sommes très préoccupés par le lancement de JUUL au Canada et par l'absence de réglementation encadrant strictement son marketing, » a déclaré **Flory Doucas, codirectrice** de la **Coalition québécoise pour le contrôle du tabac.** « Ce dispositif de vapotage 'furtif' est conçu pour un usage discret et, [apparemment, pour produire un effet nicotinique plus puissant.](#) »*

Madame Doucas se réfère à la [déclaration de Santé Canada la semaine dernière au sujet du vapotage chez les jeunes](#) comme illustration de l'écart entre l'approche de la **FDA** et celle des autorités canadiennes. *« La FDA réagit aux nouvelles données probantes, tient un discours sévère sur la question et prend des mesures en conséquence. De son côté, Santé Canada fait profil bas et utilise ses sorties publiques pour minimiser les préoccupations concernant l'impact du marketing de la nicotine sur nos enfants. »*

Le pouvoir de réglementer le tabac et la nicotine est partagé entre les gouvernements fédéral et provinciaux. Certaines provinces ont adopté des règles plus strictes en matière de publicité pour la nicotine, alors que d'autres non. Les groupes demandent à **Santé Canada** de veiller à ce que les enfants canadiens de toutes les régions soient également protégés.

« En Ontario, nous espérons que le règlement de Santé Canada sur le vapotage contribuerait à contrer l'approbation récente par le gouvernement Ford de la promotion sans restriction des produits de vapotage dans les dépanneurs et les stations-service, » a déclaré **Michael Perley, directeur général de l'Ontario Campaign for Action on Tobacco**. *« En n'intervenant pas pour restreindre la promotion vue par les jeunes, le fédéral soutient l'approche permissive de l'Ontario en matière de promotion - ce qui expose nos enfants à un risque accru de dépendance à la nicotine et, finalement, à la cigarette. »*

« Cela fait presque 50 ans que les compagnies de tabac ne diffusent plus de publicité à la télévision canadienne, » conclut **Les Hagen**. *« Pourtant, cette année, ils ont été invités à y revenir. Santé Canada doit mettre fin à cette scandaleuse reprise de 'Madmen' dans la réalité avant que des milliers d'autres jeunes commencent à vapoter et augmentent ainsi leur risque de devenir fumeurs. C'est une chose que d'aider les fumeurs en rendant disponibles des produits moins nocifs ; c'en est une autre que de permettre la promotion de dispositifs hautement addictifs auprès de nos enfants. »*

- 30 -

Télécharger [ce PowerPoint](#) pour un survol utile d'exemples de promotion

Personnes-ressources:

- Neil Collishaw: 613-297-3590
- Flory Doucas: 514-515-6780
- Les Hagen: 780-919-5546
- Michael Perley: 416-340-2992 ou 416-709-9075 (cell)