



COALITION QUÉBÉCOISE
POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

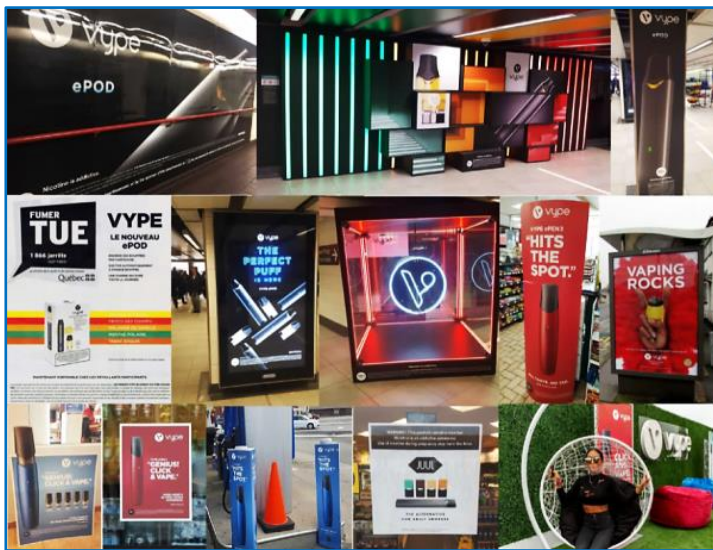
4529, rue Clark, Montréal, Québec H2T 2T3 • Tél. : (514) 598-5533 • Téléc. : (514) 598-5283 • coalition@cqct.qc.ca

Jugement contre la loi québécoise encadrant l'usage et la promotion du vapotage

La Coalition demande au gouvernement d'en appeler de la décision de la Cour supérieure

Montréal, 4 mai 2019 — Déçue et stupéfaite par [la décision rendue](#) hier, la **Coalition québécoise pour le contrôle du tabac** demande au **gouvernement du Québec** d'aller promptement en appel du jugement de la **Cour supérieure du Québec** qui a déclaré inopérantes les dispositions de la loi québécoise restreignant la publicité en faveur des produits de vapotage avec nicotine ainsi que l'interdiction du vapotage à l'intérieur des boutiques spécialisées.

« Malheureusement, le tribunal ne semble pas avoir tenu compte du phénomène pernicieux du vapotage chez les jeunes qui est en pleine expansion. Depuis la légalisation des cigarettes électroniques par le gouvernement fédéral il y a un an (avec l'adoption du projet de loi S-5¹), les fabricants des produits de vapotage ont parsemé le reste du Canada de publicités tape-à-l'œil et agressives, y compris avec des publicités pleine page dans les grands quotidiens du Québec, pendant qu'en parallèle le vapotage chez les ados a connu une montée fulgurante, » dit **Flory Doucas, codirectrice et porte-parole de la Coalition.**



← Échantillons de publicités ayant vu le jour aussitôt que la cigarette électronique été légalisée par le gouvernement fédéral en mai 2018 : à la [télé](#), sur des [babillards](#) et [dans les points de vente](#), sur les [murs de métro](#), sur [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#), de même que via des [installations artistiques criardes](#) et des [événements de rue](#). La loi du **Québec** limitait la publicité aux publications pour adultes et aux affiches dans les points de vente.

Le **juge Dumais** dit vouloir autoriser la publicité *« en autant qu'elle cible, clairement et uniquement, les fumeurs et qu'on la présente comme moyen de cessation tabagique. Rien d'autre. »* Selon **madame Doucas**, *« il est pour le moins curieux que le juge ait invalidé les dispositions québécoises alors que le législateur avait justement tenté de faire exactement ce qu'il propose en limitant la promotion aux*

¹ Avant mai 2018, la vente de cigarettes électroniques avec nicotine était interdite mais tolérée par Santé Canada, d'où l'existence de boutiques de vapotage.

publicités dans les publications pour adultes ainsi que via les affiches et l'étalage dans les boutiques spécialisées, qui interdisent l'accès aux jeunes. Le fait de se fier sur la présumée cible d'une publicité est justement l'argument dont s'est servie l'industrie du tabac pendant des décennies en vue de contourner toute restriction sur ses activités de marketing, c'est-à-dire en prétextant que les publicités de marques spécifiques de tabac ne visaient que les fumeurs adultes et non les jeunes ou les non-fumeurs. Éventuellement, les gouvernements se sont rendu compte qu'il n'est pas possible de faire la promotion de marques de cigarettes sans faire la promotion du tabagisme en général, et c'est pourquoi les autorités ont éventuellement limité les endroits où les publicités peuvent être diffusées de manière à minimiser l'exposition des jeunes — approche que la Cour suprême du Canada a validée [dans un jugement en 2007](#) ».

« Bien que les produits de vapotage soient moins nuisibles que les produits du tabac, il importe de procéder avec précaution et de tout faire pour protéger les jeunes contre le marketing de produits qui engendrent une puissante dépendance et dont les effets à long terme [ne sont pas connus](#), » indique la porte-parole.

De nouvelles données [présentées récemment par le chercheur de calibre mondial David Hammond](#) révèlent que le nombre de jeunes Canadiens âgés de 16 à 19 ans qui ont consommé un produit de vapotage au cours des 30 derniers jours a augmenté considérablement ces dernières années, et le tabagisme chez les jeunes est aussi potentiellement en hausse. Des recherches ont montré que le vapotage [augmente les risques de tabagisme futur de près de 400 %](#). Depuis un an, chaque [multinationale du tabac](#) met en marché au moins une marque de cigarettes électroniques, et **Philip Morris a acheté 35 % des actions** de l'entreprise **JUUL**, soit le dispositif de vapotage le plus populaire auprès des adolescents américains et qui [s'est mérité une condamnation spécifique](#) par la **FDA** en lien avec « l'épidémie » de vapotage à la nicotine aux **États-Unis**.

« Il est particulièrement ironique de voir l'industrie du vapotage chercher à se présenter comme victime d'une réglementation abusive alors que pendant une décennie, les vapoteries se sont adonnées à la vente de produits qui étaient alors illégaux. Aujourd'hui comme hier, les jeunes et les fumeurs sont de véritables cobayes pour les fabricants de produits de vapotage qui n'ont pas à se soumettre aux processus réglementaires habituels pour les produits thérapeutiques, notamment l'ensemble des thérapies de cessation avec nicotine, soit les étapes requises avant qu'un produit obtienne l'homologation en tant que médicament par Santé Canada.

« Alors que le gouvernement fédéral multiplie les consultations en vue de réparer les dégâts associés à la libéralisation excessive du marketing des produits de vapotage et qu'il exhorte les provinces à l'aider à cet égard, voilà que [la seule province ayant adopté une approche précautionnaire](#) se fait rabrouer par ses propres tribunaux, » déplore **madame Doucas**. « Il y a non seulement matière à aller en appel, mais urgence d'intervenir à tous les niveaux pour contrer le phénomène du vapotage juvénile. »

- 30 -

Entrevues: Flory Doucas, 514-515-6780 (cell.)

Quelque 470 organisations québécoises — associations médicales, ordres professionnels, municipalités, hôpitaux, écoles, commissions scolaires, etc., ont endossé les mesures réclamées par la **Coalition québécoise pour le contrôle du tabac** destinées à réduire le tabagisme et ses conséquences. Fondée en 1996, les principaux objectifs de la Coalition incluent prévenir l'initiation au tabagisme, favoriser l'abandon, protéger les non-fumeurs contre la fumée secondaire et obtenir un cadre législatif qui reflète la nature néfaste et toxicomanogène du tabac.