



Communiqué de presse

## Nouvelle étude de l'INSPQ :

# La progression des ventes de produits de vapotage de 2020 à 2022 concorde avec la hausse du vapotage chez les jeunes non-fumeurs en 2021

**Montréal, le 18 avril 2023** — Une nouvelle étude de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) expose la popularité des produits de vapotage qui sont commercialisés par les grands cigarettiers, en l'occurrence la marque **VUSE** distribuée par **Imperial Tobacco Canada**. L'étude, intitulée « [L'Évolution de la vente de produits de vapotage dans les dépanneurs et les stations d'essence au Québec, 2020 à 2022](#) », constitue un suivi de l'analyse de l'INSPQ portant sur les ventes de produits de vapotage dans les dépanneurs et stations d'essence sous bannière couvrant [2017 à 2020](#).

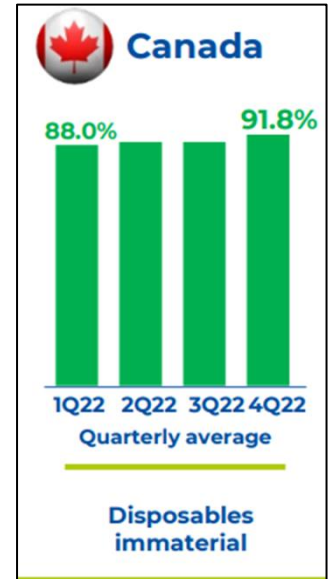
Dans ses constats, l'INSPQ révèle :

- ➔ **Les ventes des produits de vapotage continuent d'augmenter au Québec**, passant de 1,6 million de dollars par période de quatre semaines en 2020 (en début d'année, avant la pandémie) à plus de 3,8 millions de dollars en 2022 (au printemps, postpandémie).
- ➔ **Les emballages de capsules sont les principaux produits de vapotage vendus dans les commerces de proximité** (grandes bannières de dépanneurs et de stations d'essence), représentant plus de 90 % des ventes en 2021 et 2022.
- ➔ **La variété de produits vendus diminue** et se resserre autour des emballages de capsules.
- ➔ **La vente de capsules ayant des concentrations de nicotine de plus de 20 mg/ml a chuté dès la mise en vigueur de la limite fédérale** en juillet 2021.
- ➔ Comme en 2020, **les saveurs de liquide de vapotage les plus vendues sont celles de fruit et de menthe ou menthol**, alors que les saveurs de tabac arrivent au troisième rang.
- ➔ Plus spécifiquement, les saveurs de fruit étaient présentes dans 46 % des emballages de capsules vendus entre avril 2020 et décembre 2020, dans 48 % des capsules en 2021 et dans 50 % entre janvier 2022 et mai 2022. La proportion de capsules à saveur de menthe ou de menthol a elle aussi légèrement augmenté au cours des mêmes périodes, passant de 36 % en 2020 à 37 % et 40 % en 2021 et 2022 respectivement.
- ➔ **La vente des produits de marque JUUL est en profond déclin, ce dont profite la marque Vuse/Vype**, détenue par British American Tobacco (maison-mère d'Imperial Tobacco Canada).
- ➔ Les bouteilles de liquide et les ensembles (« kits ») de départ ne sont pratiquement plus vendus dans les commerces de proximité, mais **les ventes de dispositifs jetables sont à la hausse**.

« Ces données confirment que les ventes des produits de vapotage dans les dépanneurs du Québec continuent d'augmenter depuis 2017. Elles ont doublé depuis les mois qui ont précédé la pandémie, pour représenter plus de 3,6 millions dollars par période de quatre semaines au printemps 2022 », explique **Flory Doucas, codirectrice et porte-parole de la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac.**

« On observe d'ailleurs une transformation du marché des produits de vapotage au profit de modèles qui sont de plus en plus faciles à utiliser, soit avec des capsules préremplies et des dispositifs jetables. Il est clair que la marque VUSE, distribuée par Imperial Tobacco Canada, a le vent dans les voiles, » ajoute **la porte-parole.**

Les données suggèrent également que les boutiques spécialisées font face à une solide concurrence par des dépanneurs, notamment en ce qui concerne les types de dispositifs et les marques qui dominent le marché canadien. Selon une [présentation de British American Tobacco \(2022\)](#), la compagnie mère d'**Imperial Tobacco**, les produits de marque **VUSE** représentent 92 % des ventes en 2022 de l'ensemble des produits de vapotage au **Canada** (diapo 55).



« Les données confirment la capacité de la réglementation pour transformer les habitudes des consommateurs, ce qui contredit les cris d'alarme des fabricants et [associations de commerçants](#) comme quoi les consommateurs se tourneront vers le marché illégal lorsque certains produits sont retirés du marché en raison d'une nouvelle réglementation. En effet, les scénarios alarmistes voulant que le règlement fédéral sur la teneur maximale de nicotine allait compromettre le marché légal au profit des produits de contrebande ne sont pas appuyés par la progression des ventes de capsules de vapotage à travers les dépanneurs du Québec, soit malgré la nouvelle limite de 20 milligrammes par millilitre. L'interdiction des liquides aromatisés aux saveurs de fruits et de menthe aura sans doute le même impact, c'est-à-dire rendre les produits moins attrayants tout en gardant ceux à saveur de tabac ou sans saveur dans les dépanneurs et boutiques spécialisées, c'est-à-dire accessibles à ceux qui continuent de vapoter », précise **madame Doucas.**

Rappelons que les données les plus récentes du **Québec** montrent qu'en **2022**, 10 % des dépanneurs et 21 % des boutiques spécialisées ayant fait l'objet d'une inspection ont été pris en flagrant délit de vente de produits de vapotage aux mineurs. Selon l'analyse réalisée par l'**INSPQ** des données de l'**Enquête québécoise sur le tabac et les produits du vapotage (2020)**, plus **d'un jeune sur deux (51,6 %)** se procure ses produits de vapotage directement dans un commerce (dépanneur, station-service ou boutique). Notons enfin que l'industrie du vapotage à l'échelle canadienne est particulièrement **peu conforme** aux règles dans leur ensemble, et ce, depuis des années.

« Étant donné la [popularité du vapotage chez les jeunes Québécois](#) qui coïncide avec l'explosion des ventes des cigarettes électroniques dans les commerces du Québec, le gouvernement Legault a tout intérêt à promulguer sa propre réglementation le plus rapidement possible », conclut la porte-parole.