



## COALITION QUÉBÉCOISE POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

4126, rue St-Denis, Montréal, Québec H2W 2M5 • Tél. : (514) 598-5533 • Téléc. : (514) 598-5283 • coalition@cqct.qc.ca

Mercredi le 18 octobre, 2006

Madame Lise Talbot  
Chef du Service de lutte contre le tabagisme  
1000, Route de l'Église  
3e étage, bureau 310  
Québec QC G1V 3V9

### **Objet : Plainte concernant les cigarillos**

Chère madame Talbot,

Par la présente, nous déposons une plainte concernant la vente à l'unité de « cigarillos ». Selon nous, la vente à l'unité de cigarillos est un moyen efficace pour l'industrie de contourner l'interdiction de la vente à l'unité de cigarettes. Puisque la vente à l'unité des cigarillos est techniquement conforme à la loi, nous demandons l'adoption d'un règlement pour solutionner ce problème.

Les cigarillos représentent un problème particulier en ce qui concerne le tabagisme chez les jeunes. Leurs caractéristiques ainsi que leur plus grande accessibilité les rendent particulièrement attrayants pour les jeunes, et risquent d'encourager davantage l'expérimentation du tabagisme chez certains enfants, adolescents et jeunes adultes.



↑ Une cigarette à côté d'un cigarillo et son emballage.

### **1) Attrait pour les jeunes**

Plusieurs considérations nous amènent à constater l'attrait particulier des cigarillos pour les jeunes :

#### **i) Les cigarillos sont plus accessibles, étant vendus à l'unité**

Pour les jeunes, qui ont généralement relativement peu de revenus, l'achat de cigarillos à l'unité s'avère plus attrayant d'un point de vue budgétaire (1,19 \$ à 1,59 \$) que de payer le prix d'un paquet de cigarettes. De plus, lorsque les enfants ou adolescents ont envie d'expérimenter le tabagisme, ils peuvent être moins intimidés par l'achat d'un seul cigarillo pour un premier pas. L'industrie considère la vente à l'unité comme une stratégie efficace permettant de maintenir la dépendance des fumeurs et de contrer les effets de « l'érosion du pouvoir de consommation »<sup>1</sup> (document référant aux stratégies en Amérique Centrale).

L'accès plus facile aux cigarettes vendues à l'unité pour les jeunes est la principale raison pour laquelle de nombreux gouvernements, incluant le Gouvernement du Québec, interdisent la vente à l'unité de cigarettes.

Bien que la vente de tabac aux mineurs soit interdite, la loi n'est pas bien respectée sur le terrain. Au Québec, même si le nombre de détaillants respectant la loi a augmenté depuis plusieurs

<sup>1</sup> British American Tobacco, « Project Z » [sans date]. <http://www.smokefree.net/doc-alert/messages/247146.html>

années<sup>2</sup>, le taux de conformité demeure inacceptable et assure une source constante de tabac pour les jeunes, peu importe le format dans lequel il se vend, c'est-à-dire que ce soit sous la forme de cigarettes ou de cigarillos.

#### Conformité de l'interdiction de la vente aux mineurs au Québec :

Résultats de 1998	Résultats de 1999	Résultats de 2000	Résultats de 2002	Résultats de 2003	Résultats de 2004	Résultats de 2005
48.7%	65.2%	47.0%	57.0%	36.6%	76.5%	70.4%

#### ii) Les cigarillos sont aromatisés aux saveurs de friandises

Selon un document de l'industrie du tabac :

« C'est un fait bien connu que les adolescents aiment les produits sucrés. Le miel devrait être considéré. »<sup>3</sup>

Les saveurs des cigarillos sur le marché incluent : chocolat-menthe, framboise, vanille ; cerise ; menthe verte ; baie sauvage ; pêche ; fraise ; cannelle et rhum. D'autres cigarillos (vendus présentement en paquet de 20) affichent être « grillés au miel » tout en étant « aromatisés » avec des saveurs supplémentaires.



Plusieurs études concluent que les compagnies de tabac visent les jeunes à l'aide de produits de tabac aromatisés aux saveurs de friandises pour réduire ou masquer les propriétés rebutantes (odeur âcre, fumée piquante) de la fumée de tabac<sup>4</sup>. Ainsi, l'aromatisation des produits du tabac encourage l'adoption du tabagisme en rendant les premières bouffées plus « douces » et en normalisant le produit. Selon Gregory Connolly, auteur de plusieurs de ces études, « Les compagnies de tabac utilisent des saveurs de friandises pour transformer des chalumeaux en 'popsicles'... Ajouter des saveurs de friandises à un produit toxique (cigarettes) n'est pas différent du fait d'ajouter du sucre à de la viande contaminée. La seule différence est que l'un est réglementé... et l'autre ne l'est pas. »<sup>5</sup>.

#### iii) Les emballages évoquent des friandises

D'autres études affirment que ces saveurs offrent à l'industrie de nouvelles opportunités de marketing misant sur les saveurs, notamment à l'aide d'emballages uniques et graphiquement attrayants qui sont conçus pour créer un impact visuel<sup>6</sup>.

Par exemple, les emballages des cigarillos « PRIME TIME » sont arrondis aux bouts, leur cylindre en plastique est lisse et lustré, et il se referme avec un



<sup>2</sup> Santé Canada, « Évaluation du comportement des détaillants face à certaines restrictions de l'accès au tabac chez les jeunes (Rapport final des résultats : 2005) », [http://www.hc-sc.gc.ca/nl-vs/pubs/tobac-tabac/eval-2005/table/table-b\\_f.html](http://www.hc-sc.gc.ca/nl-vs/pubs/tobac-tabac/eval-2005/table/table-b_f.html)

<sup>3</sup> Marketing Innovations Inc, **Brown & Williamson** Tobacco Corporation project report, septembre 1972.

<sup>4</sup> Wayne, G., Ferris, G.N., Connolly, G.N., "How cigarette design can affect youth initiation into smoking: Camel cigarettes 1983-93", **Tobacco Control**, 2002; 11: 32-39. [http://tc.bmjournals.com/cgi/reprint/11/suppl\\_1/i32](http://tc.bmjournals.com/cgi/reprint/11/suppl_1/i32)

<sup>5</sup> Communiqué de presse, **Harvard School of Public Health** « Internal Documents Show Cigarette Manufacturers Developed Candy-flavored Brands Specifically to Target Youth Market Despite Promises », 10 novembre 2005. <http://www.hsph.harvard.edu/press/releases/press11102005.html>

<sup>6</sup> Lewis, M. Jane, Wackowski, O., "Dealing With an Innovative Industry: A Look at Flavored Cigarettes Promoted by Mainstream Brands", **American Journal of Public Health**, février 2006. <http://www.ajph.org/cgi/content/abstract/96/2/244?ck=nck>

bouchon coloré selon la saveur. Ils ne contiennent aucune mise en garde sur la santé, faisant l'objet d'une exception dans la réglementation fédérale sur les avertissements.

#### iv) Les cigarillos font l'objet d'une immense promotion par le biais des présentoirs sur les comptoirs

Il y a eu, au cours des dernières trois années, une amplification marquée de la mise en marché de cigarillos<sup>7</sup>. Des étalages de marques de plus en plus nombreuses de cigarillos apparaissent dans la plupart des points de vente.

Ces présentoirs se trouvent sur les comptoirs à côté des produits anodins comme la gomme ou les friandises. Ils sont placés parmi les produits les plus proches de la clientèle et sont visibles pour les enfants et adolescents.

Comme c'est le cas pour les cigarettes, ces présentoirs et étalages prépondérants « normalisent » les cigares et cigarillos et mènent à une sous-estimation du risque associé au tabagisme. Les présentoirs des cigarillos sont particulièrement sournois par le fait que ces produits n'affichent aucune mise en garde sur la santé (seuls les paquets doivent comporter un avertissement, mais celui-ci se trouve sur la surface non visible) et leur emplacement à part leur confère un statut spécial parmi les produits du tabac.



#### v) Les cigarillos sont perçus comme étant moins nocifs et plus socialement acceptables que les cigarettes

Une étude qualitative effectuée en 2003 a examiné les attitudes et croyances de 70 consommateurs de cigares, de cigarillos ou de tabac sans fumée à travers neuf groupes de discussion dans trois villes canadiennes<sup>8</sup>. Les résultats montrent que, de façon générale, les usagers de ces produits alternatifs au tabac les perçoivent comme étant moins nocifs que les cigarettes. En effet, des affirmations comme « *ils sont d'apparence inoffensive* »<sup>9</sup> sont courantes.

De plus, les consommateurs de cigarillos étaient divisés sur le sujet de la dépendance. D'un côté, certains croyaient que les cigarillos étaient moins propices à créer une dépendance, alors que d'autres croyaient qu'ils créaient une dépendance égale aux cigarettes (ce qui était sans doute lié à leur niveau de consommation).

Enfin, la perception générale des cigarillos était qu'ils sont plus populaires et plus socialement acceptables, et qu'ils évoquent un certain style de vie (« image ») lié aux arômes et à la relaxation.



↑ Cigarillos « Al Capone »

<sup>7</sup> Selon Denis Bernard, président du grossiste Québec cigare : « C'est un phénomène qui existe depuis environ trois ans », *La Presse*, 18 août 2006.

<sup>8</sup> Santé Canada, « Health Warning Messages on Smokeless Tobacco, Cigars and Pipe Products: A Qualitative Study with Consumers », effectuée par Les Études de Marché Créatec +, avril 2003. [http://www.smoke-free.ca/warnings/WarningsResearch/574-043%20Report%20\(HWM%20on%20Smokeless%20Tobacco,%20Cigars%20and%20Pipe%20P.doc](http://www.smoke-free.ca/warnings/WarningsResearch/574-043%20Report%20(HWM%20on%20Smokeless%20Tobacco,%20Cigars%20and%20Pipe%20P.doc)

<sup>9</sup> Guillaume Poulin-Goyer, « Fumer le cigare gagne en popularité », *Journal Le Reflet*, 26 août, 2006.

En somme, les caractéristiques attrayantes, l'importante visibilité et le prix abordable des cigarillos encourageant davantage les achats impulsifs, l'expérimentation et l'usage occasionnel par les jeunes.

## **2) Risques pour la santé**

La consommation de cigarillos entraîne des risques énormes pour la santé. La fumée de cigares (le terme inclut les cigarillos) **« peut causer le cancer de la bouche, de l'œsophage, du larynx et des poumons. Les fumeurs réguliers de cigares qui inhalent la fumée, surtout ceux qui fument plusieurs cigares par jour, ont un risque accru de maladie coronarienne et de maladies pulmonaires obstructives chroniques. »**<sup>10</sup>

Bien que les risques de certaines maladies (comme le cancer du poumon) soient moins importants chez les fumeurs de cigares (dont un pourcentage significatif ne respire pas la fumée) que chez les fumeurs de cigarettes, il est faux de prétendre que les cigares sont moins nocifs que ces dernières. En fait, selon les 50 chercheurs qui ont produit la neuvième monographie sur le tabac pour l'Institut national du cancer des États-Unis, un énoncé qui reflète de façon plus exacte la réalité serait : **« les risques de l'exposition à la fumée de tabac sont similaires pour toutes les sources de fumée de tabac, et la magnitude des risques subis par les fumeurs de cigares est proportionnelle à la nature et l'intensité de leur exposition. »**<sup>11</sup>

## **3) Dépendance à la nicotine**

La communauté médicale est aussi d'accord pour dire que **« fumer des cigares au lieu des cigarettes ne réduit pas les risques de la dépendance à la nicotine. »**<sup>12</sup> Les cigares peuvent livrer des concentrations de nicotine comparables à celles de cigarettes. Bien que les fumeurs de cigares soient moins portés à inhaler la fumée (comparativement aux fumeurs de cigarettes), la nicotine de la fumée non-inhalée atteint quand même le cerveau par l'absorption qui se fait à travers la muqueuse buccale. Ceci s'explique par la différence typique du pH entre la fumée de cigare (élevé, ou alcalin) et la fumée de cigarettes (acide). La fumée « alcaline » peut être absorbée par la bouche alors que la fumée « acide » a besoin d'une surface plus grande comme celle des poumons. Cependant, l'absorption par les poumons est beaucoup plus rapide, conférant ainsi un « kick » de nicotine beaucoup plus intense que l'absorption par la bouche.

Pour ce qui est des cigarillos, aucune information concernant le taux de nicotine n'est inscrite sur les emballages vendus au Québec. Des chercheurs américains ont étudié les caractéristiques liées à la nicotine de 17 marques de cigares, incluant des cigarillos, et ont trouvé que le pH des cigarillos était généralement acide et ressemblait plutôt au profil des cigarettes typiques. Également, à cause de la variation entre les taux de nicotine et le pH de la fumée des différentes marques de cigares, **« la grandeur des cigares n'est pas un bon indicateur de la capacité de livraison de nicotine »**.<sup>13</sup>

Le rôle des cigarillos dans l'adoption du tabagisme des jeunes Québécois n'a pas encore été étudié ni documenté. Cependant, des témoignages anecdotiques de jeunes ou de personnes qui fréquentent les jeunes pointent vers l'émergence d'un nouveau phénomène : les jeunes commenceraient à consommer occasionnellement des cigarillos à cause de leur attrait particulier et de leur plus grande accessibilité liée au prix d'achat. Lorsqu'ils développent une dépendance à la nicotine, ils se tourneraient par la suite vers la cigarette dont la quantité nécessaire pour alimenter cette dépendance est moins chère.

<sup>10</sup> National Cancer Institute, « Smoking and Tobacco Control Monograph 9: Cigars: Health Effects and Trends », 1998. p. i. [http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/9/m9\\_complete.PDF](http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/9/m9_complete.PDF)

<sup>11</sup> National Cancer Institute, « Smoking and Tobacco Control Monograph 9: Cigars: Health Effects and Trends », 1998. p. ii. [http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/9/m9\\_complete.PDF](http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/9/m9_complete.PDF)

<sup>12</sup> Résultat d'une conférence organisée par la Société Américaine du Cancer, Baker, F., *et al.*, « Health Risks Associated With Cigar Smoking », *Journal of the American Medical Association*, 9 août 2000. <http://jama.highwire.org/cgi/content/abstract/284/6/735>

<sup>13</sup> Henningfield, J.A., *et al.*, «Nicotine concentration, smoke pH and whole tobacco aqueous pH of some cigar brands and types popular in the United States», *Nicotine & Tobacco Research*, juin 1999.



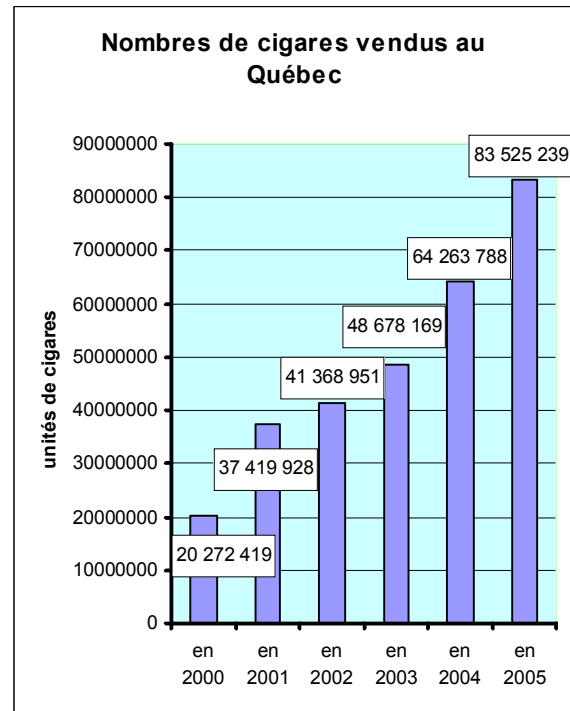
#### 4) Statistiques inquiétantes

Au cours des cinq dernières années, il y a eu une explosion des ventes de cigares (ce qui inclut les cigarillos) au Québec<sup>14</sup> : **entre 2000 et 2005, l'augmentation est de plus de 300%**<sup>15</sup>.

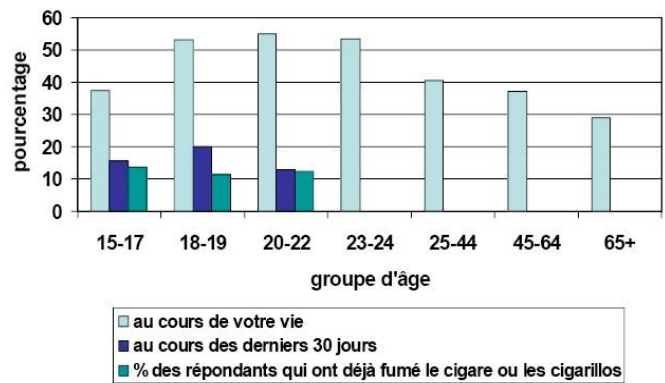
Il n'y a pas eu de changements évidents entourant la vente de cigares traditionnels (autres que l'obligation de fermer les salons de cigares ne se conformant pas aux critères de la nouvelle loi). Par contre, il y a eu, au cours des dernières trois années, une amplification marquée de la mise en marché de cigarillos<sup>16</sup>. Ainsi, en supposant que la vente de cigares soit demeurée relativement stable, **on peut déduire que cette augmentation est principalement due à la vente de cigarillos**.

En ce qui concerne l'usage des cigarillos par les jeunes, **il y a eu une nette augmentation auprès des élèves du secondaire** :

- **En 2004, 18,5% des élèves du secondaire avaient fumé un cigare** au cours des 30 derniers jours, ce qui représente **une augmentation de 29% depuis 1998** (alors que **14,3%** des élèves avaient dit fumer le cigare).<sup>17</sup>
- **En 2004, 10% des élèves en secondaire 1 ont dit avoir fumé le cigare**.<sup>18</sup>
- **En 2004, 4,2% des élèves du secondaire fument le cigare ou le cigarillo tous les jours**, ce qui représente 85 200 adolescents.<sup>19</sup>
- **La consommation des cigares et cigarillos est maintenant plus élevée auprès des jeunes qu'auprès des adultes**. Traditionnellement, c'était les adultes (surtout les hommes) qui étaient les principaux consommateurs de cigares. Selon les statistiques de Santé Canada, en 2005, **15% des 15-17 ans et 20% des 18-19 ans auraient fumé ces produits dans les derniers 30 jours, comparé à 12% pour les 20-22 ans**.<sup>20,21,22</sup> Pour ce qui est des personnes âgées de 23 ans et plus, le



Avez-vous déjà essayé de fumer le cigare ou les cigarillos au cours de votre vie et au cours des 30 derniers jours par groupe d'âge selon les québécois âgés de 15 ans et plus



Source: ETSUC 2005, résultats annuels

<sup>14</sup> Tableau construit avec les données de **Santé Canada**, tirées des données soumises par les manufacturiers de tabac, Communication septembre 2006.

<sup>15</sup> *Nombres de cigares vendus en 2000 : 20,272,419; en 2005 : 83,525,239; augmentation de 312 %.*

<sup>16</sup> **Denis Bernard**, président du grossiste Québec cigare : « C'est un phénomène qui existe depuis environ trois ans », La Presse, 18 août 2006.

<sup>17</sup> **Institut de la Statistique du Québec**, « Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2004 ». [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04\\_pdf.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04_pdf.htm)

<sup>18</sup> **Institut de la Statistique du Québec**, « Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2004 ». [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04\\_pdf.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04_pdf.htm)

<sup>19</sup> **Institut de la Statistique du Québec**, « Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2004 ». [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04\\_pdf.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/tabac04_pdf.htm)

<sup>20</sup> **Santé Canada**, « Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada », données de 2005.

<sup>21</sup> *La variation entre ces statistiques et celles de l'Institut de la Statistique Québec s'explique par l'âge des populations sondées (15 à 17 ans versus 12 à 17 ans pour les jeunes au secondaire) ainsi que les critères et échantillons des sondages.*

<sup>22</sup> *Les colonnes turquoise représentent la proportion de fumeurs de cigares (30 derniers jours) dans la population (pas le taux par catégorie d'âge) : soit le nombre de fumeurs de cigares pour cette catégorie d'âge divisé par le nombre total de fumeurs de cigares dans la population.*

nombre (parmi les individus sondés) qui ont rapporté avoir fumé des cigares ou cigarillos *était trop bas* pour en établir un taux de prévalence.

### **5) Nécessité d'une modification législative**

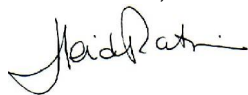
Nous comptons sur l'interdiction totale des étalages et présentoirs en mai 2008 pour éliminer la promotion des cigarillos aux points de vente par le biais des présentoirs. Aussi faut-il **réglementer la publicité aux points de vente pour s'assurer que les fabricants de cigarillos n'utilisent pas des affiches publicitaires pour annuler l'effet de l'interdiction des présentoirs et des étalages.**

Pour ce qui touche spécifiquement aux cigarillos, nous proposons les mesures suivantes :

- 1) **L'adoption d'un règlement, en vertu de l'article 19, pour interdire la vente de cigarillos en format de moins de 20 unités.** Ce règlement devrait aussi établir quelles « quantité ou portions » de tabac constituent un cigarillo vs un cigare.
- 2) **La mise en application de l'article 24** (qui interdit la promotion « susceptible de créer une fausse impression sur les ... dangers du tabac pour la santé ») **ou l'adoption d'un règlement en vertu de l'article 25** (pouvoir réglementaire généralisé sur la promotion), **pour interdire la l'usage de termes comme « Sweets » ou « Grillé au miel », ainsi que toute mention de saveurs ou d'arômes** évoquant autre chose que du tabac, **dans toute publicité permise.**
- 3) **La mise en application de l'article 28** (qui interdit l'usage sur l'emballage de concepts « susceptibles de créer une fausse impression sur les ... dangers du tabac pour la santé ») **ou l'adoption d'un règlement en vertu de cet article** (qui permet spécifiquement la réglementation de l'emballage) **afin d'empêcher l'usage d'expressions comme « Sweets » et « grillage au miel », ainsi que tout mention de saveurs,** qui associent le produit à des bonbons.
- 4) **L'adoption d'un règlement, en vertu de l'article 29, pour interdire\* l'ajout d'arômes ou de saveurs dans les produits de tabac autre que les cigares grand format et le tabac à pipe** (incluant le « shisha ») : notamment les cigarillos, cigarettes et le tabac à chiquer. (\*Note : cette mesure s'applique uniquement aux produits de tabac fabriqués et vendus au Québec.)
- 5) **Appuyer la demande de la Coalition auprès du gouvernement fédéral (i) pour améliorer les avertissements sur les cigares et cigarillos,** afin que les mises en garde sur les emballages de cigares soient aussi prépondérantes que celles sur les cigarettes et pour que les cigares vendus à l'unité comportent également une mise en garde; **(ii) pour que les saveurs et arômes soient interdits dans tous les produits de tabac vendus au Canada — autres que les cigares traditionnels et le tabac à pipe.**

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette plainte, et espérons pouvoir compter sur une réponse de votre part dans les meilleurs délais.

Sincèrement,



Heidi Rathjen  
Directrice de campagne

**Annexe**  
**Articles de loi pertinents**

■ **La Loi sur le tabac (Québec): [nos soulignés]**

*Contenants.*

**19.** L'exploitant d'un point de vente ne peut vendre des cigarettes autrement que dans un paquet contenant au moins 20 cigarettes.

*Produit du tabac.*

Le gouvernement peut également identifier, par règlement, un produit du tabac qu'il est interdit de vendre dans un emballage contenant moins que la quantité ou les portions du produit déterminées par ce règlement.

**24.** Toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, d'un produit du tabac, d'une marque d'un produit du tabac ou d'un fabricant de produits du tabac est interdite lorsqu'elle:

**2°** est faite de manière fausse ou trompeuse ou susceptible de créer une fausse impression sur les caractéristiques du tabac, sur les effets du tabac sur la santé ou sur les dangers du tabac pour la santé;

**25.** Le gouvernement peut, par règlement:

**1°** préciser les normes en matière de publicité ou de promotion;

**28.** Le gouvernement peut déterminer, par règlement, des normes relatives au contenant, à l'emballage et à la présentation du tabac et en prohiber certaines. Ces normes peuvent être prohibitives et varier selon les différents produits du tabac.

*Logos ou slogans interdits.*

L'utilisation sur l'emballage ou un contenant de tabac des concepts visés aux paragraphes 1° à 6° du premier alinéa de l'article 24 est interdite.

**29.** Le gouvernement peut déterminer, par règlement, des normes relatives à la composition et aux caractéristiques des produits du tabac fabriqués au Québec pour être vendus au Québec.

*Harmonisation des normes.*

Ces normes peuvent exiger, prohiber ou restreindre l'utilisation de certaines substances ou de certains procédés et varier selon les différents produits du tabac. Dans la détermination de ces normes, le gouvernement doit harmoniser ces normes avec celles adoptées en vertu de la Loi sur le tabac (Lois du Canada, 1997, chapitre 13) en semblables matières.

■ **(Fédéral) Le Règlement sur l'information relative aux produits du tabac (JUS-601413) : [nos soulignés]**

« Interprétation Définitions

**1.** Les définitions qui suivent s'appliquent au présent règlement.

"cigar" « cigare »

Sont assimilés aux cigares :

a) les cigarillos et les manilles (cheroot);

b) tout rouleau ou article de forme tubulaire destiné à être fumé qui est formé d'une tripe composée de morceaux de tabac en feuilles naturel ou reconstitué, d'une sous-cape ou première enveloppe faite de tabac en feuilles naturel ou reconstitué enveloppant la tripe et d'une cape ou robe faite de tabac en feuilles naturel ou reconstitué. »