



## **LISTE SOMMAIRE DES MESURES RÉCLAMÉES DANS LE CADRE D'UNE RÉVISION DE LA LOI SUR LE TABAC**

*(Juin 2015)*

### **1- Interdiction de toutes les saveurs, incluant le menthol, pour l'ensemble des produits du tabac**

Les plus grandes autorités de santé au monde, dont l'Organisation mondiale de la santé, sont d'avis que les saveurs ajoutées aux produits du tabac favorisent l'initiation des jeunes au tabac. Les fabricants ajoutent du sucre, de la vanille, du menthol et des essences de fruits à leurs produits précisément dans le but d'atténuer le goût amer des premières bouffées et de jouer sur la curiosité des jeunes. En fait, la mise en marché des cigarillos aromatisés au milieu des années 2000 a, à elle seule, renversé la tendance à la baisse du tabagisme chez les jeunes des quelque dix années antérieures. Il est grand temps que le gouvernement interdise l'aromatisation de tous les produits du tabac. Bien qu'une mesure fédérale ait tenté d'interdire les petits cigares, ou cigarillos, aromatisés, la mesure a facilement été contournée par les fabricants (des produits virtuellement identiques demeurent sur le marché) en plus d'avoir exempté le menthol de même que plusieurs autres catégories de produits du tabac. Par ailleurs, plusieurs provinces canadiennes sont allées de l'avant en interdisant l'aromatisation de tous les produits du tabac.

### **2- Un moratoire sur les nouveaux produits du tabac**

Un moratoire sur les nouveaux produits du tabac limiterait le marché aux produits existants et empêcherait l'industrie d'innover sur tous les fronts pour augmenter l'attrait de ces produits : marques, graphisme, emballages et nouveaux types de produits, tels que des « bonbons » au tabac. (Le moratoire serait accompagné d'un mécanisme exemptant les nouveaux produits qui bénéficieraient à la santé publique.) S'il y avait eu un moratoire au début des années 2000, la catastrophe de santé publique découlant des nouveaux cigarillos aromatisés n'aurait jamais eu lieu. Le statu quo constitue pratiquement une invitation ouverte aux fabricants de manipuler leurs produits et emballages de façon à contourner les lois ou à en minimiser l'impact. Sans le gel du marché des produits du tabac, ou moratoire, le gouvernement se retrouve toujours à la remorque des stratégies des compagnies de tabac.

### **3- Standardisation des emballages afin d'éliminer les logos et marques de commerce et d'empêcher la stylisation des paquets**

Les éléments de marque sur l'emballage sont à la base de toutes les stratégies de marketing de l'industrie du tabac. Ce « branding » évoque tous les styles de vie et valeurs associés au tabac, soit précisément ce qui génère les motifs, conscients et inconscients, qui incitent les jeunes à commencer à fumer et qui agissent sur les fumeurs en les encourageant à continuer. Les formats de paquets

élégants ou amusants ajoutent à ces produits mortels une allure moderne et branchée qui minimise ou relativise leurs dangers.

Depuis l'entrée en vigueur des emballages complètement neutres en Australie en décembre 2012, les cigarettes goûtent moins bon selon les fumeurs, et ces derniers manifestent une plus grande volonté d'arrêter. Le taux de tabagisme a également chuté, pour atteindre 12,8 %.

Dans l'éventualité où l'emballage standardisé et neutre ne serait pas retenu, le gouvernement pourrait introduire une ou plusieurs des mesures intermédiaires suivantes :

- **imposer un format standard au paquet** (ex. une taille standard analogue aux paquets rectangulaires coulissants qui constituaient la grande majorité des paquets avant 2000)
- **standardiser la taille des mises en garde** afin de protéger leur intégrité et de maximiser leur visibilité et efficacité (ainsi, ce serait le paquet qui s'adapterait à la mise en garde et non l'inverse; les mises en garde actuelles sont définies uniquement selon un pourcentage de la surface)
- **standardiser les surfaces des emballages** (matériaux plats plutôt que texturés, fini mat plutôt que lustré, pas d'autocollants ou de feuillets publicitaires, pas de promotion supplémentaire sur la pellicule cellophane, etc.)
- **interdire les familles de marques** en ne permettant qu'un produit par marque (ainsi, il ne serait plus possible pour l'industrie d'utiliser des « sous-marques » identifiées par une gradation de couleurs ou de chiffres ou une gamme de termes susceptibles de créer de fausses perceptions sur les risques relatifs entre les produits d'une famille de marque)
- **interdire, pour une même famille de marques, les gradations de couleur, l'usage de chiffres et tout autre stratagème** qui risque de créer de fausses perceptions concernant la relativité des risques entre différentes marques de tabac.

#### 4- Interdire les cigarettes minces et ultra-minces

L'introduction des cigarettes minces remonte aux années 60 avec la mise en marché des cigarettes « Virginia Slims » de Philip Morris, qui visait les jeunes femmes soucieuses de leur poids. Aujourd'hui encore, les fumeuses associent les cigarettes minces et longues à la minceur, la mode et la féminité. Au cours des dernières années, les fabricants canadiens ont redonné souffle au marketing qui exploite la vulnérabilité des filles et des jeunes femmes en mettant sur le marché une gamme de nouvelles cigarettes minces et ultra-minces, dont les cigarettes « Vogue » qui sont présentées dans un emballage en forme de boîtier de cosmétiques.

#### 5- Assujettir les cigarettes électroniques à la Loi sur le tabac

Bien que les connaissances concernant l'efficacité et les dangers des cigarettes électroniques ne soient pas encore complètement développées, et que l'encadrement législatif approprié puisse évoluer, il y a un consensus général à savoir qu'en attendant cet encadrement idéal, les cigarettes électroniques ne devraient pas être vendues aux mineurs, ni faire l'objet de publicités susceptibles de promouvoir le tabagisme, ni être consommées dans les endroits où la cigarette est interdite (ces recommandations sont aussi faites par l'OMS). En assujettissant la cigarette électronique à la Loi sur le tabac, ces précautions minimales pourront être mises en œuvre tout en permettant l'évolution du débat scientifique et politique plus largement. Plusieurs provinces canadiennes ont récemment ou vont bientôt encadrer la promotion, la vente et l'usage de la cigarette électronique.

## **6- Interdire la publicité indirecte ou auxiliaire**

Pour être efficace, une loi interdisant la promotion du tabac doit être globale et s'appliquer à toutes les formes de publicité en faveur du tabac, incluant la promotion indirecte. La Loi québécoise interdit la plupart des formes de publicité conventionnelles mais comporte quelques lacunes et échappatoires permettant la promotion indirecte ou accessoire telle que la publicité au détail, les collants sur les emballages et les babillards extérieurs avec des images prépondérantes de cigarettes de contrebande. Il s'avère donc nécessaire de renforcer les présentes dispositions afin qu'elles interdisent toute communication commerciale, directe ou indirecte, visant le public et pouvant raisonnablement être considérée comme ayant un effet promotionnel en faveur du tabagisme.

## **7- Interdire de fumer dans les véhicules en présence d'enfants**

Malgré tous les efforts de sensibilisation, quelque 89 000 jeunes de 12 à 19 ans sont presque quotidiennement exposés à la fumée secondaire à bord d'une voiture. Une seule personne qui fume à bord peut facilement dépasser la concentration maximale de particules fines recommandée par le ministère de l'Environnement du Québec, ce qui est encore plus troublant qu'il n'y paraît considérant que la fumée de cigarette est hautement cancérigène. Les enfants sont particulièrement vulnérables aux méfaits de la fumée secondaire, étant donné leur système encore en développement, leur métabolisme plus élevé et leur respiration plus rapide. Le gouvernement du Québec se doit d'intervenir pour protéger ces jeunes, comme l'ont déjà fait toutes les autres provinces canadiennes.

## **8- Interdire de fumer dans les terrains de jeux pour enfants, les terrasses de restaurants et de bars, les lieux communs d'édifices de plus de deux logements, les garderies en milieu familial et les salons de cigares**

Bien que la présente loi confère une protection générale et efficace contre l'exposition involontaire à la fumée secondaire dans la plupart des lieux publics intérieurs, il reste encore quelques brèches à colmater. Par exemple, il est temps d'interdire l'usage du tabac sur les terrains de jeux pour enfants (à l'instar des terrains d'école) et les garderies en milieu familial (en tout temps, pas seulement aux heures où on y reçoit les enfants). De plus, il existe maintenant assez de preuves convaincantes à l'effet que les serveurs et serveuses de restaurants et de bars peuvent, dans plusieurs circonstances, être exposés à des concentrations élevées et répétées de fumée secondaire, qui est cancérigène et pour laquelle l'OMS recommande une exposition nulle. Il est également temps d'éliminer les salons de cigares, une exception accordée par la Loi actuelle et qui n'existe pas dans la plupart des autres lois provinciales ou municipales sur le tabac.