



## Journée mondiale sans tabac 2020 : Énergiser la lutte pour mieux protéger les jeunes

- Le 31 mai est la Journée mondiale sans tabac de l'OMS et cette année, la thématique est « Protéger les jeunes contre les manipulations de l'industrie et les empêcher de consommer du tabac et de la nicotine ».
- La volonté de l'OMS de rappeler l'importance de poursuivre, voire énergiser, la lutte antitabac résonne fortement pour les groupes de lutte antitabac québécois qui craignent que le Québec ne délaisse ses divers engagements en vue de réduire le tabagisme et le vapotage chez les adolescents et les jeunes adultes, tout particulièrement :
  - l'[engagement de McCann](#) à mettre place dès 2020 de nouvelles mesures pour lutter contre le tabagisme et le vapotage
  - le [Plan stratégique du MSSS 2019-2023](#) qui engage le ministère à déployer des actions pour diminuer la proportion de fumeurs chez les 18 à 34 ans de 22,4 % en 2018 à 18,5 % en 2023, soit 1 point de pourcentage/an.



Comment atteindre cet objectif alors qu'aucune nouvelle mesure, stratégie ou hausse de taxe n'a encore été proposée?

### Recrutement jeunes (vielle tactique, nouveau gimmick)

- L'intérêt de l'industrie du tabac à recruter des jeunes existe depuis des décennies, mais cet intérêt a pris une toute nouvelle dimension avec l'arrivée des produits de vapotage. Dès leur apparition sur le marché québécois il y a plus d'une dizaine d'années, les produits de vapotage ont connu un engouement considérable auprès des jeunes, notamment en raison des saveurs, du marketing et des prix dérisoires.
- Les produits de vapotage représentent une nouvelle façon pour l'industrie du tabac de recruter et maintenir sa clientèle. En effet, la plupart des marques de cigarettes électroniques sont aujourd'hui la [propriété de multinationales du tabac](#), qui les présentent comme une alternative plus sécuritaire aux cigarettes conventionnelles. La marque la plus populaire, « Juul » (qui détenait les trois quarts du marché américain à la fin 2018) appartient à 35% à Altria, la société-mère de Philip Morris USA. Au Canada, [Imperial Tobacco](#) vend la marque « Vype », [JTI Macdonald](#) offre la marque « Logic » et

[Rothmans, Benson & Hedges](#) commercialise le produit de tabac chauffé « IQOS » - tous des produits à base de nicotine.

- Comme par le passé, le modèle économique de l'industrie du tabac et du vapotage repose entièrement sur sa capacité à attirer les jeunes générations dans le piège de la dépendance à la nicotine, et pour se faire, elle utilise les mêmes tactiques sournoises et manipulatrices déployés dans le cas du tabac.
- [Selon l'OMS](#), « dans ses efforts pour manipuler les jeunes, l'industrie du tabac a embelli ses produits afin de les rendre plus attrayants pour des groupes démographiques spécifiques, notamment avec leur emballage ou en faisant usage de la stratégie de marque. Ceci est particulièrement évident dans l'énorme intérêt suscité récemment par les cigarettes électroniques et les produits de tabac chauffés. » L'industrie du vapotage utilise aujourd'hui les mêmes tactiques du passé pour manipuler et attirer les jeunes — à ceci près qu'aujourd'hui, l'industrie détient un véhicule promotionnel à la fois plus puissant et plus difficile à contrôler : l'Internet. En août 2018, le [New York Times a enquêté](#) sur l'influence des grands cigarettiers sur les médias sociaux et par le biais des « influenceurs Instagram ». Le journal a trouvé 123 « hashtags » associés aux produits du tabac de ces entreprises qui avaient été vus 25 milliards de fois. En fait, plus de la moitié des messages transmis par les médias publics aux États-Unis concernant les e-cigarettes [proviennent de comptes automatisés ou « robots »](#) (« bots ») qui vantent les cigarettes électroniques, s'affichent comme des individus passionnés par ces produits et tentent de créer des mouvements populaires basés sur la désinformation.
- [Selon l'OMS](#), « l'une des innovations les plus importantes de l'industrie concerne ses stratégies de marketing. Quel que soit le secteur concerné, la publicité s'effectue de plus en plus en ligne, et l'industrie du tabac ne fait pas exception à cet égard : les fabricants de tabac se tournent de plus en plus vers les médias sociaux pour commercialiser leurs dangereux produits. Ces pratiques contournent souvent la réglementation traditionnelle sur la publicité et la promotion du tabac, étant donné que le placement des produits du tabac n'est pas considéré comme une publicité, mais est plutôt subrepticement intégré dans d'autres contenus de médias sociaux. »
- Bien qu'il soit interdit depuis deux ans de faire de la promotion à l'aide de la publicité de type « style de vie », les fabricants canadiens de produits de vapotage [continuent de le faire](#), notamment en utilisant des « influenceurs » discrètement payés pour faire du « marketing viral » sur les médias sociaux.
- De plus, malgré la soi-disant interdiction fédérale des saveurs attrayantes pour les jeunes, les boutiques de vapotage ont [longtemps continué](#) à offrir des e-liquides aux saveurs de friandises et de gâteau d'anniversaire. Alors que les grands joueurs comme [Imperial Tobacco](#) offrent encore aujourd'hui des liquides aux saveurs « Green Snap », « Strawberry Smash », « Mango Wonder », « Berry Blast », « Peach Whirl » et « Honeydew Splash ».
- Au Canada, les arômes sont la "[principale raison](#)" donnée par les jeunes qui vapotent. Les jeunes sont [fortement surreprésentés](#) parmi les consommateurs de cigarettes électroniques aux saveurs de fruits (soit 69%, comparativement à 33% pour les adultes de 25 ans+).
- Le vapotage chez les jeunes au Canada [a doublé](#) entre 2016/17 et 2018/19, passant de 10% à 20% en

à peine deux ans, pour les jeunes ayant vapoté dans les 30 derniers jours. (Le taux est de 29,4% chez les élèves en secondaire 3 à 5.) Au Québec, c'est **17% des élèves du secondaire** qui ont vapoté au cours du dernier mois en 2018/19 comparativement à 10% deux ans plus tôt (moins élevé que la moyenne canadienne, possiblement à cause de l'encadrement de la promotion et de la vente plus sévère au Québec). Or, dans certaines régions comme celle de la Capitale-nationale, ce pourcentage est beaucoup plus élevé, soit **27% des jeunes qui ont vapoté au cours des 30 derniers jours** et 44% l'ayant déjà essayé.

### Dépendance, porte d'entrée au tabagisme et risques pour la santé

- Selon **la recherche disponible**, la nouvelle génération de produits de vapotage engendrerait une dépendance plus rapide et plus puissante que celle provoquée par les cigarettes traditionnelles. Ainsi, parmi les jeunes qui vapotent, **40% le font quotidiennement**, comparativement à ceux qui fument où environ le tiers le font quotidiennement.
- Les conséquences du vapotage demeurent moins connues que celles du tabagisme, mais il est de plus en plus documenté que le vapotage comporte d'importants risques de dépendance et d'effets nuisibles sur la santé. L'exposition aux substances chimiques nocives dans la vapeur **peut contribuer** aux maladies pulmonaires, maladies du cœur, cancer et risques en cas de grossesse. Par ailleurs, la nicotine crée une forte dépendance et l'exposition des enfants et des adolescents à cette substance peut avoir des effets néfastes et durables sur le développement du cerveau, en plus des **autres risques pour la santé**.
- Pour les jeunes, le vapotage **a un effet de passerelle** vers le tabagisme. En effet, les études montrent que le vapotage augmente **de plus de 3,5 fois** – de façon indépendante – le risque de tabagisme subséquent. Les données canadiennes montrent que parmi les élèves qui vapotent, **seuls 12%** sont des fumeurs et 14% des anciens fumeurs.

### Le tabagisme ne recule pas

- L'encadrement inadéquat des produits de vapotage par le fédéral a eu pour effet d'augmenter le nombre de gens dépendant à la nicotine. De plus, selon les statistiques les plus récentes et fiables, le nombre de fumeurs au Québec **est demeuré inchangé depuis 2015**.
- Sauf pour certains fumeurs, surtout dans un contexte de suivi médical, **il n'a pas encore été démontré** que ces produits favorisent la cessation tabagique au niveau de la population.
- Les statistiques reliées aux conséquences du tabagisme sont réelles et très graves: les produits du tabac tuent 13 000 Québécois par année, **dont le quart** n'ayant même pas encore l'âge de la retraite.<sup>1</sup>

### Fini les réflexions, il faut passer à l'action

- Dès janvier 2020, le **Conseil des médecins en chef du Canada** (le Docteur Arruda en est membre) appelait les gouvernements fédéral et provinciaux à instaurer une série de mesures dont :

<sup>1</sup> À titre de comparaison : 3800 décès COVID sur 67 jours = 89 décès/jr; 13000 décès tabac sur 365 jours = 36/jr. La COVID fait plus de victimes pendant une courte période, mais des gens plus âgés

- « **Interdire tous les produits de vapotage aromatisés.** »
  - « **Limiter la teneur en nicotine des produits de vapotage**, y compris celle des capsules, à un maximum de 20 mg/ml », comme c'est déjà le cas en Europe et au Royaume-Uni.
  - « **Taxer les produits de vapotage** de manière à maximiser la protection des jeunes tout en offrant un certain degré de tarification préférentielle par rapport aux produits du tabac. »
  - « **Exiger un emballage neutre et normalisé ainsi que des avertissements** sur les risques pour la santé pour tous les produits de vapotage. »
- La Colombie-Britannique et la Nouvelle-Écosse ont promptement agi en ce sens en annonçant des mesures, même pendant la pandémie de la COVID-19.
  - Au Québec, la Ministre McCann [avait demandé](#) le dépôt d'un rapport comportant des recommandations au plus tard fin avril. Les groupes et spécialistes ont fait part de leurs recommandations et nous attendons maintenant que le gouvernement passe à l'action.

### **Prévenir les maladies chroniques et la dépendance à la nicotine**

- Tout en étant conscient que le gouvernement doit mettre de l'avant les efforts nécessaires pour combattre la COVID-19, cette pandémie rappelle l'importance de faire tout ce qui est à notre portée pour réduire les épidémies évitables qui pèsent lourdement sur notre système de santé toute l'année, dont le tabagisme.
- Rappelons qu'annuellement [le tabagisme accapare](#) le quart des ressources infirmières et le tiers des séjours hospitaliers au Québec. Malgré les progrès réalisés au fil des décennies, [plus de 10,000 \(2,6%\)](#) jeunes fument alors que [65,000 \(16,7%\) vapotent](#). L'épidémie du tabagisme est donc appelée à continuer d'être un énorme fardeau pour notre système de santé.
- Le contexte anxigène et de confinement lié à Covid a sans doute entraîné un bon nombre de fumeurs et de vapoteur à consommer davantage et l'incertitude financière des prochains mois pourrait en pousser plusieurs vers la rechute.

### **Conclusions**

Les répercussions de la Covid, des manœuvres de l'industrie qui appâtent les jeunes vers la dépendance et la pénurie de lits d'hôpitaux devraient motiver le gouvernement à revigorer ses efforts de réduction du vapotage et du tabagisme. Il est plus pertinent que jamais de réduire l'attrait et l'abordabilité des cigarettes électronique et augmenter les budgets inchangés depuis 2003 pour décourager le tabagisme et mieux accompagner les fumeurs à se défaire de leur dépendance.

**Bien que le Québec ait adopté d'importantes mesures pour protéger les jeunes contre la promotion du vapotage, la protection contre la manipulation de l'industrie du tabac nécessite davantage d'efforts.**