



COALITION QUÉBÉCOISE POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

1001, blvd de Maisonneuve Ouest, bureau 420, Montréal, QC, H3A 3C8 • 514-598-5533 • coalition@cqct.qc.ca • @CoalitionTabac

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE – 18 juin 2019

Loi québécoise encadrant l'usage et la promotion du vapotage :
La Coalition applaudit la décision du gouvernement d'en appeler de la décision de la Cour supérieure

La publicité est bel et bien permise

Contrairement à ce que laissent entendre les commerçants, la loi québécoise permet la publicité, soit celle diffusée dans des publications destinées aux adultes, de même que la promotion par l'entremise d'étalages visibles dans les boutiques spécialisées où l'accès est interdit aux mineurs. Les commerçants et l'industrie du vapotage tentent de faire croire au public et aux tribunaux qu'ils sont muselés par la loi, alors que des publicités pour des produits de vapotage ont par exemple été diffusées ces derniers mois dans le [Journal de Montréal](#) et le [Métro](#).

Effet protecteur de la loi

L'[Institut national de santé publique du Québec](#) [rappelait récemment](#) que le Québec est l'une des rares juridictions canadiennes à avoir freiné la hausse du vapotage chez les jeunes entre 2014-15 et 2016-17.¹ Plus spécifiquement, l'[INSPQ](#) fait valoir que « l'analyse des données de l'Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues chez les élèves (ECTADÉ) recueillies en 2014-2015 et 2016-2017 permet de comparer l'évolution de l'usage de la cigarette électronique et des perceptions sur ce produit chez les élèves québécois du secondaire, avant et après la mise en application de la loi québécoise qui encadre la cigarette électronique. Bien que les données présentées ne permettent pas d'affirmer que la Loi concernant la lutte contre le tabagisme soit l'unique responsable de ces observations, il est raisonnable de penser qu'elle a pu jouer un certain rôle, notamment en mettant en place un environnement favorable au non-usage de produits de vapotage. »

Effet de la loi fédérale trop permissive

Malheureusement, depuis que la loi fédérale a ouvert le marché canadien aux gros joueurs de l'industrie du vapotage (y compris les géants du tabac) l'an dernier, les mesures québécoises visant à protéger les jeunes contre l'exposition à la promotion se heurtent à de nouveaux obstacles d'application. Même si le resserrement de la loi fédérale actuelle n'est [qu'une question de temps](#), la promotion via les réseaux sociaux — dont [Facebook](#) et [Instagram](#) — se poursuit de plus belle, ce qui rend le respect de l'encadrement québécois particulièrement difficile.

Conclusion

Dans le contexte actuel de recrudescence fulgurante du vapotage chez les jeunes observable depuis l'été 2018, le maintien des mesures québécoises est d'autant plus important. La **Coalition** croit que la loi québécoise procure déjà un équilibre approprié entre la volonté de rendre ces produits accessibles aux fumeurs et le besoin d'en minimiser les risques pour les non-fumeurs et les jeunes, dont la dépendance à la nicotine qu'ils entraînent ainsi que leur rôle comme porte d'entrée vers le tabagisme.



¹ [Institut national de santé publique du Québec, Mesures réglementaires à l'étude visant à atténuer l'impact de la publicité des produits de vapotage chez les jeunes et les non-utilisateurs de produits du tabac, mémoire déposé à Santé Canada, 2019.](#)
https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2522_memoire_publicite_vapotage.pdf