



Montréal, 12 septembre 2025

Gestionnaire, Division de la réglementation
Bureau de la réglementation des produits du tabac
Direction de la lutte au tabagisme
Direction générale des substances contrôlées et du cannabis
Santé Canada,
5004A – 405, avenue Terminal
Ottawa (Ontario) K1G 0Z3
Courriel : legislativeviewtvp.a.revisionlegislativeptv@hc-sc.gc.ca

Objet : Commentaires portant sur l'examen législatif 2025 de la Loi sur le tabac et les produits de vapotage

Madame,
Monsieur,

Par la présente, la *Coalition québécoise pour le contrôle du tabac* souhaite exprimer ses préoccupations et ses commentaires dans le cadre du [document de discussion](#) concernant la consultation sur le troisième examen législatif de la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage* (LTPV). L'examen découle de la disposition ajoutée à la loi en 2018 dans le cadre du projet de loi S-5, soit l'article 60.1(1) : « Trois ans après l'entrée en vigueur du présent article, et tous les deux ans par la suite, le ministre procède à l'examen des dispositions et de l'application de la présente loi. » Cette fois-ci, le [document de discussion](#) est axé sur les questions de conformité et d'application de loi identifiées dans les rapports des premier et deuxième examens législatifs.

Nécessité de réviser la Loi et son application en entier et d'instaurer des correctifs avant la prochaine consultation

D'emblée, soulignons la problématique entourant la limitation de l'envergure de chaque examen à des aspects particuliers. Le [premier, en 2022](#), concernait le vapotage seulement. Le [deuxième, en 2023](#), entourait les dispositions relatives au tabac et à l'application de la Loi. Le [troisième, en 2025](#), porte sur la conformité et d'application. La loi, la réglementation et la mise en œuvre de ces dernières sont toutes problématiques à certains égards (en plus d'être interreliées), et la recherche de solutions pour ces lacunes ne devrait pas être étalée dans le temps, et certainement pas sur plusieurs années. Les recommandations pertinentes devraient alors être identifiées et mises en œuvre sans tarder, et ne pas être mises de côté avant la prochaine consultation.

Les problèmes d'application liés aux produits de vapotage, par exemple, ont été [reconnus depuis le lendemain](#) de la légalisation de ces produits en 2018 et ont continuellement été soulevés par les groupes

de lutte contre le tabac depuis ce temps. Comme dans le cas de la première consultation, qui survenait malgré de nombreuses recommandations soumises antérieurement au sujet du vapotage, la présente consultation nous semble redondante. En fait, la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac vient tout juste, il y a un an, de soumettre [un mémoire](#) à Santé Canada sur la question centrale en lien avec l'application des mesures, soit les contraventions. Il n'y a eu que peu de développements à cet effet.

En misant sur un seul aspect de la lutte réglementaire contre le tabagisme et le vapotage chez les non-fumeurs, soit la conformité, Santé Canada déforme le débat en fractionnant les divers aspects de la loi et de ses règlements, lesquels agissent de manière synergique. L'approche sous-entend que de meilleurs outils de réalisation pourraient résoudre les problèmes rencontrés, alors que, dans beaucoup de cas, ce sont des mesures structurantes (comme l'interdiction des ventes en ligne) qui résoudraient une grande partie des problèmes d'application, en plus d'être urgemment nécessaires en soi.

Notons enfin que le document de consultation prétend que « le taux de vapotage chez les jeunes est en baisse » en se fondant sur l'Enquête canadienne sur la santé des enfants et des jeunes. Celle-ci évalue le taux (30 derniers jours) à 7 % en 2023, alors que d'autres enquêtes de Santé Canada, dont l'[Enquête canadienne sur l'alcool et les drogues chez les élèves](#) de 2023-2024, évalue ce pourcentage à 15 %, sans noter de progrès marqué depuis 2021-2022. Est-ce parce que l'objectif de Santé Canada est de réduire l'usage du vapotage chez les 12 à 17 ans à moins de 10 % d'ici 2025 ?

Contrairement aux propos de Santé Canada dans le document de consultation, nous croyons que la crise du vapotage chez les jeunes persiste avec des taux chez les jeunes [parmi les plus élevés au monde](#), et ce, alors que des mesures proposées depuis des années demeurent sans suite, notamment l'interdiction des saveurs.

Voici donc notre liste de recommandations concernant non seulement les problèmes de conformité, mais aussi tous les aspects législatifs et réglementaires liés aux problèmes du tabagisme et du vapotage :

A) MESURES STRUCTURANTES :

Selon nous, la principale raison derrière la popularité des produits de vapotage chez les jeunes demeure la faiblesse de l'encadrement réglementaire, qui continue de permettre à l'industrie de rendre ces produits attrayants aux jeunes et aisément accessibles. Pareillement, l'adoption de nouvelles mesures d'encadrement de la cigarette conventionnelle et de sa vente pourrait accélérer la baisse progressive du tabagisme.

1. Ventes en ligne et interprovinciales

La vente en ligne et la commodité de la livraison constituent des voies d'accès qui facilitent l'achat, l'approvisionnement des jeunes et le marché illégal.

Bien que peu détaillée dans le document de discussion et malgré les nombreuses plaintes et recommandations en ce sens déjà communiquées à Santé Canada, le document de consultation ne remet pas en question la justesse ni la légalité de la vente en ligne au niveau fédéral.

La Loi fédérale sur le tabac et les produits de vapotage (LTPV) n'interdit pas les ventes de produits de tabac et de vapotage en ligne, mais seulement les ventes interprovinciales de produits du tabac. Cet

encadrement permet les ventes de tabac en ligne au sein d'une province. Pour les cigarettes électroniques, la loi n'interdit même pas les ventes interprovinciales.

Toute activité commerciale, qu'il s'agisse de vente ou de publicité, liée aux produits de tabac et de vapotage devrait être interdite sur le Web. **En fait, il est irréaliste de penser que les gestionnaires et analystes des plateformes numériques et des médias sociaux sauront interpréter avec justesse les nuances existantes entre le contenu publicitaire permis ou non de la LTPV. Toutefois, ces derniers ont la capacité, voire l'habitude, de repérer et de retirer du contenu globalement illégal. Pour ce faire, les libellés de la LTPV devraient être modernisés pour explicitement assujettir les gestionnaires et hôtes de plateformes numériques et des médias sociaux aux nouvelles dispositions concernant la vente et la promotion.**

En effet, l'expérience (et le gros bon sens) montre que la vente en ligne est difficile à surveiller et à contrôler, y compris la capacité de faire de la promotion, notamment dans le cadre du lien de communication direct et discret entre l'industrie et le consommateur. C'est d'autant plus vrai que l'industrie du vapotage est très fragmentée, avec plusieurs centaines de joueurs, alors que ce n'est pas le cas pour le tabac ou le cannabis.

En fait, l'autorisation fédérale de vendre les produits du tabac et du vapotage sur Internet entraîne nécessairement du contenu publicitaire en ligne, ce qui facilite le partage d'éléments promotionnels et ouvre la porte à la création de « communautés » de consommateurs. Le document de discussion de 2022 faisait état d'un manque de conformité dans 53 % des cas d'inspection des comptes Instagram de détaillants en ligne. La promotion, y compris celle associée à un [style de vie](#), y est omniprésente. La création de profils de consommateurs, des rappels hebdomadaires par courriel pour de nouveaux produits ou des rabais encouragent l'usage à long terme des produits de vapotage. Enfin, un réseau de distribution en ligne favorise l'achat pour et par les mineurs, du moins comparativement aux ventes nécessitant le déplacement et l'achat en personne dans un lieu physique.

Le [Rapport sur la mise en œuvre de la Loi concernant le tabagisme 2015-2020](#) du Québec indique que « l'application de la Loi sur le Web comporte plusieurs obstacles. Les articles de la Loi touchant la promotion et la publicité sont difficiles à appliquer sur le Web. De plus, il est difficile de connaître les adresses IP et de démontrer que l'exploitant du site a pignon sur rue au Québec. Les hébergeurs de sites font de plus en plus la location de local virtuel dans une autre province, ce qui rend plus difficile le lien entre un exploitant et le site Internet. Recueillir la preuve comporte également des enjeux. La preuve repose sur la maîtrise d'applications permettant d'aspirer l'information d'une page Internet afin d'avoir l'ensemble des éléments démontrant hors de tout doute la preuve en matière de publicité. Cette manipulation est laborieuse et complexe. » [Nos soulignés]

Le fait que le gouvernement fédéral continue de permettre aux fabricants d'aromatiser leurs produits de vapotage et de les vendre en ligne d'une province à l'autre nuit ainsi à l'application des interdictions de saveurs et de ventes en ligne de certaines provinces, dont celles interdisant les saveurs du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse, de l'Île-du-Prince-Édouard, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut et celles interdisant les saveurs et les ventes en ligne du Québec.

Le Québec a interdit la vente en ligne de tabac depuis le 31 mai 2006 et celle de cigarettes électroniques depuis le 26 novembre 2015. Or, ces mesures seront difficiles à faire respecter aussi longtemps que le fédéral permettra la vente en ligne et interprovinciale. Les mineurs au Québec peuvent se procurer des produits du tabac et de vapotage en ligne, par exemple en utilisant des cartes de débit, des cartes de crédit prépayées ou d'autres cartes de crédit. D'ailleurs, selon les données de l'enquête *ITC (International Tobacco Control Policy Evaluation Project)* en 2022, 6 % des fumeurs actuels et 8 % des vapoteurs actuels âgés de 15 à 19 ans déclarent acheter directement leurs cigarettes ou vapoteuses en ligne.

Une interdiction fédérale des ventes en ligne minimiserait la capacité de vendre des produits non conformes de manière intraprovinciale et interprovinciale. Une interdiction fédérale serait amplement plus facile à surveiller et appliquer que les interdictions provinciales, notamment parce que les douanes sont mieux placées pour traiter la question du mouvement de produits à travers la frontière canadienne. Le récent décret concernant les sachets de nicotine montre que le fédéral peut dicter le lieu (et conditions) de vente de produits nicotiques.

Recommandation 1 : Interdire la vente en ligne des produits de vapotage et de tabac, de même que les ventes interprovinciales des produits de vapotage (comme c'est le cas pour le tabac). Toute promotion en ligne, directe ou indirecte, devrait également être prohibée. Les gestionnaires et analystes des plateformes numériques et des médias sociaux devraient être assujettis explicitement à ces nouvelles exigences en matière de vente et de promotion.

2. Rehausser le budget et les ressources allouées à la conformité

Bien que le taux de tabagisme diminue progressivement, les aspects touchant la vente, la promotion et la distribution se sont complexifiés et diversifiés, ce qui nécessite le développement et l'acquisition d'une expertise et des ressources dédiées spécifiquement à l'analyse et aux actions de conformité. En effet, la diversification des produits et des joueurs, ainsi que l'aisance du commerce en ligne, tant pour les entreprises que pour les clients, font qu'il faut fournir davantage d'efforts de surveillance. Cela nécessite plus de ressources spécialisées. Ces efforts devraient être déployés, et financés, à même les redevances imposées à l'industrie.

Pour ce faire, l'expansion du système de redevances aux produits de vapotage devrait être mise en place sans tarder. En effet, dans son ensemble, le manque de conformité observé en ce qui concerne les exigences touchant les produits de vapotage requiert des suivis plus intensifs et une approche plus musclée. Cela semble peu praticable compte tenu du manque de ressources disponibles qui y sont actuellement consacrées.

Recommandation 2 : Augmenter les budgets et les ressources consacrés aux opérations de vérification, de suivi et d'inspection, qui devraient être plus intenses et musclées, notamment par le financement issu de la mise en œuvre rapide du système de redevances sur les produits du vapotage.

3. Interdire les saveurs dans les liquides de vapotage

Santé Canada n’a toujours pas donné suite au [projet de décret](#) modifiant les annexes 2 et 3 (arômes) de la LTPV, publié le 19 juillet 2021, lequel interdirait l’aromatisation des liquides de vapotage à l’exception des saveurs de tabac, de menthe et de menthol. Pourtant, il est urgent d’interdire l’aromatisation, y compris les saveurs de menthe et menthol qui constituent [la deuxième catégorie de saveurs la plus populaire chez les jeunes au Canada](#), ex æquo avec la mangue. Selon une enquête réalisée presque annuellement ([ITC-Youth Survey](#)) depuis 2017, dont la dernière en 2022, qui sondait plus de 4 500 jeunes Canadiens âgés de 16 à 19 ans, les saveurs et le plaisir demeurent toujours parmi les principales raisons évoquées pour justifier leur vapotage, avec 80 % préférant usuellement une saveur fruitée. Sans une telle interdiction, la LTPV ne peut pas prétendre respecter son mandat de protection des jeunes contre les incitations au vapotage.

Les provinces qui ont instauré des mesures pour restreindre la vente de produits de vapotage aux arômes caractérisant peinent à faire respecter leurs dispositions. Les manquements observés au Québec, de même que des mesures correctrices provinciales et fédérales, ont fait l’objet d’une [lettre envoyée le 30 avril 2024 au gouvernement du Québec](#), dont copie a été transmise à Santé Canada. Diverses recommandations sont reprises dans ce document. Par exemple, pour décourager le contournement de cette interdiction par la vente de réhausseurs de saveurs (sans nicotine) destinés à être mélangés à des liquides de nicotine post-vente, la vente de tout réhausseur de saveurs à tout commerce qui vend des liquides nicotiques ou produits de vapotage devrait être interdite, et ce, en s’inspirant [des nouvelles mesures d’application mise en place au Nouveau-Brunswick](#) (projet de loi 30).

Recommandation 3 : Procéder rapidement pour interdire l’aromatisation des liquides de vapotage autres que ceux aromatisés au tabac ou sans saveur et interdire la vente des réhausseurs de saveurs dans les commerces qui vendent des produits ou accessoires de vapotage.

4. Renforcer les dispositions sur la promotion du tabac et du vapotage

Au moment de leur légalisation en 2018, l’encadrement des produits de vapotage reposait sur la prémisse voulant que les produits de vapotage doivent bénéficier de mesures moins contraignantes que celles qui valent pour les produits du tabac, étant donné que les cigarettes électroniques seraient moins nocives que les cigarettes conventionnelles — d’où les dispositions moins sévères pour les produits de vapotage au niveau de la promotion, par exemple. Or, toute promotion en faveur des produits du tabac devrait être interdite. Les [précédents](#) à l’échelle internationale, les directives de la Convention-cadre pour la lutte antitabac (CCLAT) ([art. 13](#)) et le [jugement de la Cour suprême de 2007](#), légitiment des restrictions fédérales beaucoup plus restrictives, sinon totales pour la promotion du tabac.

Afin de protéger les anciens fumeurs, les non-fumeurs et les jeunes adultes de toute communication commerciale qui pourrait les influencer sur la question du tabac ou du tabagisme, la publicité informative ou préférentielle ne devrait tout simplement plus être permise ni dans les bars ni dans tout autre endroit à caractère social, même lorsque les mineurs n’y ont pas accès. Même si l’industrie ne semble pas, pour l’instant, déployer de campagnes publicitaires valorisant des marques de cigarettes dans les bars canadiens (là où les règles provinciales le permettent), l’industrie pourrait décider demain d’utiliser ce

véhicule publicitaire. De plus, la permissivité face à cette possibilité a pour effet de supprimer la sévérité des mesures restreignant la promotion en faveur du vapotage.

Dans son jugement de 2007 validant les restrictions fédérales sur la promotion des produits du tabac, la [Cour suprême](#) a précisé que « lorsque l'expression commerciale est utilisée, comme on le fait valoir en l'espèce, pour inciter les gens à adopter un comportement préjudiciable et toxicomane, sa valeur devient faible » (para 47). Le même argument a sa place pour ce qui est de la promotion des produits de vapotage auprès d'adultes non-fumeurs compte tenu des risques associés au vapotage, notamment les jeunes adultes qui fréquentent les bars et boîtes de nuit.

En somme, les dispositions encadrant la promotion des produits de vapotage devraient être mieux alignées sur celles qui encadrent (ou qui devraient encadrer) la promotion du tabac. Par exemple, les rabais ou cadeaux avec achats ou abonnement devraient être interdits.

Recommandation 4 : Interdire la publicité en faveur du tabac et du vapotage dans les bars et autres lieux de rassemblement ayant un caractère social et aligner l'ensemble des dispositions portant sur la promotion du vapotage à celles qui existent pour le tabac.

5. Contrôler l'apparence et les caractéristiques fonctionnelles des produits de vapotage

L'immense gamme de modèles et de saveurs renforce le mythe selon lequel il s'agit de produits récréatifs comportant peu ou pas de risques. Au contraire, les éléments de conception devraient s'arrimer avec la connaissance des risques et être les plus restreints possibles. Étant donné l'attrait de ces produits pour les jeunes, il serait préférable que tous les dispositifs se ressemblent (hormis quelques éléments mineurs) et que leur apparence communique de manière contextuelle (et non pas seulement littéraire par voie de mises en garde) les risques en matière de dépendance et de santé. En effet, leur apparence et leur format devraient être dictés par des objectifs de santé publique et non pas de marketing, comme c'est actuellement le cas.

Entretemps, il serait pertinent de rendre les produits non homologués plus gros, moins faciles à dissimuler et plus standardisés que ceux ayant une valeur thérapeutique reconnue.

L'[attrait des jeunes pour des gadgets électroniques](#) n'est plus à démontrer, pas plus que leur préférence pour des formats plus [petits et dissimulables](#). De nombreux chercheurs font mention de la petite grandeur et du design raffiné de la nouvelle génération des cigarettes électroniques pour expliquer en partie la popularité de ces dispositifs auprès des adolescents. Les dispositifs de vapotage prennent aujourd'hui l'allure de gadgets électroniques, plusieurs étant complètement personnalisables en ce qui concerne les couleurs et la texture, allant même jusqu'à se présenter dans le contexte de collection.

Actuellement, seuls les articles 30.41 et 30.42 de la LTPV imposent des restrictions sur l'apparence des produits de vapotage ou de leur emballage. Ils interdisent les produits pouvant raisonnablement être attrayants pour les jeunes, risquant de donner une fausse impression sur leurs risques pour la santé ou faire croire que le produit est aromatisé :

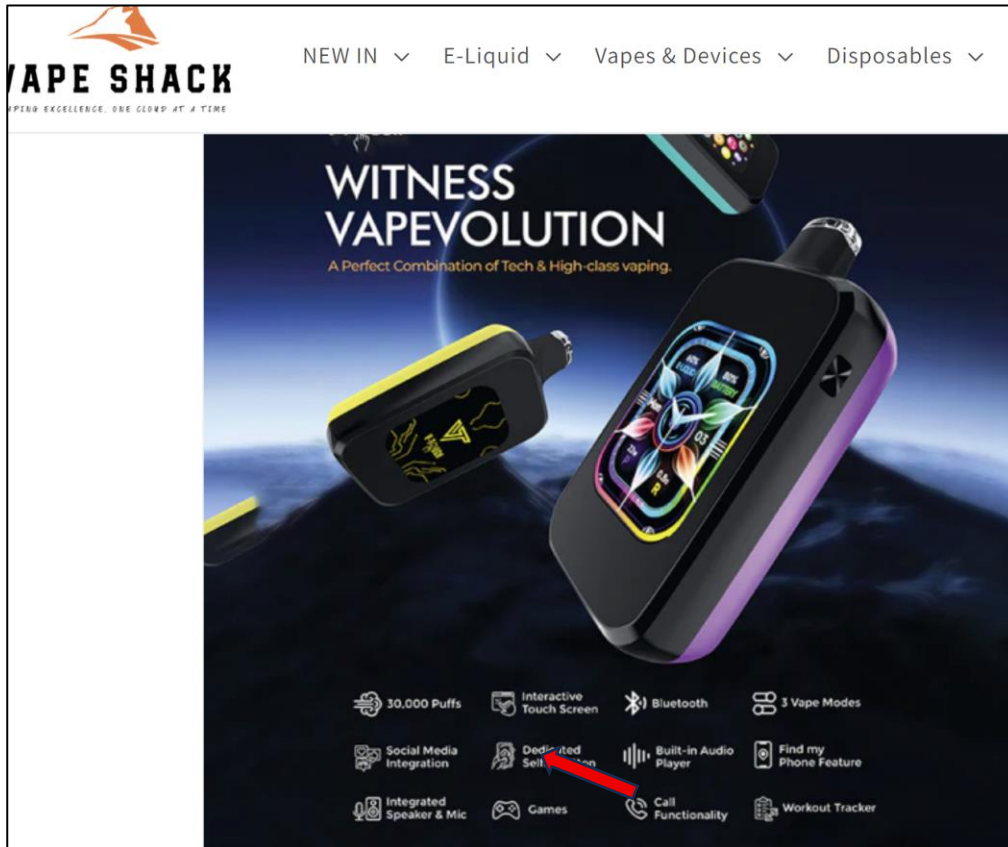
« 30.41 Il est interdit de faire la promotion d'un produit de vapotage ou de le vendre s'il existe des motifs raisonnables de croire que sa forme, son apparence ou une autre de ses propriétés sensorielles ou encore une fonction dont il est doté pourrait le rendre attrayant pour les jeunes.

30.42 (1) Il est interdit de faire la promotion d'un produit de vapotage, y compris au moyen de l'emballage, de l'une des manières suivantes :

a) d'une manière fausse, trompeuse ou susceptible de créer une fausse impression quant aux caractéristiques, aux effets sur la santé ou aux dangers pour celle-ci du produit ou de ses émissions ; [...]

30.46 (1) Il est interdit de faire figurer sur le produit de vapotage ou sur son emballage une mention ou une illustration, notamment un élément de marque, qui pourrait faire croire que le produit est aromatisé s'il existe des motifs raisonnables de croire que la mention ou l'illustration pourrait être attrayante pour les jeunes.» [nos soulignés]

- Malheureusement, il semble que Santé Canada n'ait pas pris de mesures juridiques contre ceux qui commercialisent ou vendent des appareils présentant ces caractéristiques, en particulier ceux considérés comme séduisants par les adolescents. La variabilité permise complique sans doute les efforts d'application et de surveillance, ici comme aux États-Unis. On pense, par exemple aux dispositifs qui ressemblent à des gadgets électroniques incluant des clés USB
- aux emballages qui affichent des saveurs comme « *BB-Yum* »,
- aux bouteilles de liquide nicotinique portant des noms comme « *Nasty Juice* » ou « *Monster Jam* »,
- aux modèles qui comportent une fonctionnalité de jeux électroniques, comme *Mario Bros.* et *Pac-Man* ou qui peuvent être jumelés à un téléphone intelligent.



Source : <https://thevapeshack.ca/products/v-touch-30k?>

Par ailleurs, de nombreux dispositifs modernes **sont munis** de fonctionnalités « Bluetooth » afin d'assurer un contrôle à distance à l'aide du « nuage », de faire des rappels de recharge et de localiser des appareils. Il est troublant de constater que, grâce à cette même technologie, les fabricants sont en mesure d'obtenir des informations concernant la fréquence et le type d'usage que font les consommateurs de leurs produits. Cette technologie permettrait aussi à des dispositifs de s'identifier les uns aux autres, ou même d'envoyer un signal à un point de vente à proximité. Dans tous ces cas, il s'agit de données ayant une énorme valeur promotionnelle et permettant l'adaptation des messages publicitaires pour cibler encore plus des consommateurs particuliers, notamment pour favoriser des « communautés » de vapoteurs.

Les dispositifs non homologués ne devraient pas avoir ces types de capacités fonctionnelles. Dans le même esprit, les fabricants ne devraient pas avoir la capacité de moduler à distance différents paramètres (p. ex. température, cycles ou programmes d'utilisation, alertes, etc.).

Vu le contexte actuel, il n'est pas surprenant de constater que, selon les études (ITC) réalisées par l'équipe du professeur David Hammond de l'Université de Waterloo depuis 2018, **seuls 10 à 30 % des jeunes vapoteurs âgés de 15 à 19 ans** ont remarqué les mises en garde sur les emballages ou les publicités. Hélas, les avis actuels sont non seulement incomplets, fades et simplistes, mais ils ne peuvent rivaliser pour l'attention compte tenu des autres éléments nettement plus attirants intrinsèques aux produits eux-mêmes ou qui sont associés aux images sur les emballages et dans les publicités.

En fermant les yeux de la sorte, Santé Canada contribue non seulement à banaliser les risques associés aux produits, mais aussi à l'ensemble des obligations que les joueurs de l'industrie doivent respecter.

Rappelons que l’emballage neutre des cigarettes électroniques a notamment été instauré aux Pays-Bas, en Finlande et en Israël.

Recommandation 5 : Déterminer une apparence et des éléments de conception standardisés qui feront l’objet d’une éventuelle réglementation d’emballage neutre permettant l’aposition éventuelle de mises en garde efficaces à base d’images ainsi que du texte aisément lisible à l’œil nu.

6. Instaurer un contrôle pour empêcher la manipulation des prix

Santé Canada a publié et diffusé (cliquez pour voir le [document 1](#) et le [document 2](#)) de nombreuses informations au fil des années. Celles-ci confirment la manipulation des prix de gros des cigarettes par les fabricants et le maintien de marques à rabais. De [nombreux ouvrages](#) ont exposé le fait que ces manipulations découlent des « programmes de performance » ou [contrats](#) destinés aux détaillants. Ces programmes les forcent à suivre les directives des fabricants en ce qui concerne les catégories de prix (p. ex. « économiques », « haut de gamme ») et de fluctuations de prix, de manière à [optimiser les ventes](#). En manipulant les prix de gros et les prix de vente pour certaines marques économiques, les fabricants peuvent amoindrir le choc associé aux hausses de prix brusques que devrait normalement provoquer la hausse d’une taxe provinciale ou fédérale. L’industrie peut également offrir certains produits populaires seulement aux détaillants qui maintiennent le prix de certaines marques en dessous d’un seuil spécifique ou qui atteignent des cibles précises de vente.

L’existence de ces programmes est préoccupante et contre-productive aux efforts gouvernementaux de réduction du tabagisme, particulièrement auprès des clientèles les plus défavorisées, les mêmes qui sont les plus sensibles au prix. Ces manipulations agissent contre les objectifs de santé de la taxation.

L’enjeu est tout aussi pertinent pour ce qui est de la commercialisation des produits de vapotage. En effet, quelques mois après l’adoption de S-5, les détaillants canadiens se sont vus dans l’obligation (en fonction des directives de l’industrie) [de commander et d’entreposer](#) (et donc écouler) des stocks de nouveaux produits, comme le tabac chauffé et les produits de vapotage. Il est possible, voire probable, que de telles pressions ouvrent la porte au non-respect de certaines exigences légales, telles que l’interdiction de vente aux mineurs et la prohibition d’offrir des rabais aux consommateurs familiaux. Il importe de rappeler que la vente aux mineurs est un phénomène aux répercussions plus importantes que le laissent entendre les taux de conformité plutôt élevés. En effet, 42 % des jeunes fumeurs actuels ayant entre 15 et 19 ans rapportent avoir [acheté eux-mêmes dans un magasin les cigarettes qu’ils ont fumées](#) dans les trente derniers jours.

Les mesures mises de l’avant par le Québec en 2015 pour contrer ces programmes se sont malheureusement avérées [incomplètes et facilement contournables](#). Les nouvelles dispositions du [Nunavut](#), bien que positives, n’empêcheront pas, non plus, certaines des pratiques commerciales qui incitent les commerçants à se plier aux souhaits des fabricants. Par exemple, l’industrie continuera de pouvoir offrir certaines marques ou catégories de produits à certains détaillants.

Toutefois, d’autres pays ont mis en place des mesures structurantes qui ont réduit la capacité de l’industrie à manipuler les prix et à faire pression sur les détaillants. Le Brésil et la [France](#) obligent l’industrie à avoir

le même prix de gros pour une marque à travers le pays. En France, les changements de prix ne peuvent être effectués que selon un calendrier préétabli, ce qui empêche l'industrie de les manipuler si elle anticipe ou réagit aux hausses des taxes. La [marge de profit des détaillants](#) y est également fixée par l'État, ce qui minimise l'emprise des fabricants sur eux.

Recommandation 6 : Instaurer de meilleurs contrôles sur les prix du tabac et des produits de vapotage (hormis les dispositifs), idéalement en imposant un prix uniforme par unité de produit et en standardisant la quantité vendue afin d'éliminer les « rabais-volumes » consentis aux consommateurs comme les paquets duo.

B) MESURES D'APPLICATION :

Dans son ensemble, le taux de non-conformité auprès des détaillants et fabricants de vapotage demeure manifestement inacceptable malgré de léger progrès au cours des dernières années, soit 38 % et 49 % chez les détaillants spécialisés et les fabricants respectivement :

Tableau 2 : Nombre d'inspections effectuées et taux de conformité observés chez les détaillants et les fabricants de produits de vapotage de 2019-2020 à 2023-2024

Exercice	Détaillants (stations-service et dépanneurs)		Détaillants (établissements de vapotage spécialisés)		Fabricants	
	Nombre d'inspections effectuées	Taux de conformité (%)	Nombre d'inspections effectuées	Taux de conformité (%)	Nombre d'inspections effectuées	Taux de conformité (%)
2019-2020	2 038	88	1 080	17	3	0
2020-2021	0 [*]	S.o.	304 (en ligne)	47	16 ^{***}	0
2021-2022	1 320	89	191 76 (en ligne) ^{**}	40 20	35 ^{***}	64
2022-2023	835	93	345 255 (en ligne) ^{**}	65 10	80	72
2023-2024	1 609	97	288 21 (en ligne) ^{**}	62 0	80	51

^{*} Aucune inspection n'a été effectuée dans les commerces de détail en raison des restrictions en matière de santé publique mises en place en réponse à la pandémie de COVID-19.

^{**} Inspections en ligne en plus des inspections sur place.

^{***} En raison de la pandémie de COVID-19, des inspections ont été effectuées sur les produits acheminés par la poste par les fabricants.

Jusqu'à présent et en général, Santé Canada s'est contentée d'émettre des avertissements et d'effectuer des saisies plutôt que de recourir aux amendes coûteuses ou à la procédure sommaire pour chaque infraction. Or, ces approches seraient nettement plus rapides et lourdes de conséquences pour les commerçants délinquants, et donc [plus dissuasives auprès des fabricants et autres entités dans la chaîne de production/distribution](#).

En effet, tel que rapporté par Santé Canada, les inspections qui identifient des ventes de produits de vapotage non conformes se soldent systématiquement et uniquement par des saisies et des avertissements, plutôt que par des amendes :

Tableau 3 : Nombre et type d'activités d'application de la loi à la suite d'une non-conformité visant le tabac et les produits de vapotage pour les années 2019-2020 à 2023-2024

Exercice	Activités d'application de la loi en matière de tabac		Activités d'application de la loi en matière de vapotage	
	Lettres d'avertissement	Saisies	Lettres d'avertissement	Saisies
2019-2020	22	60	2	1 036
2020-2021	1	0 *	161	0 *
2021-2022	3	66	40	265
2022-2023	13	348	250	199
2023-2024	2	80	32	197

* Aucune saisie n'a été effectuée en raison des restrictions en matière de santé publique mises en place en réponse à la pandémie de COVID-19.

7. Simplification des saisies, de la notion de récidive et de l'octroi d'amendes

Le présent examen législatif aurait dû mettre en lumière les défis et les obstacles qui bloquent l'émission d'amendes et proposer des pistes pour y remédier. À ce stade-ci, après tant d'années de preuves de non-conformité, les violations répétées devraient mener à des sanctions financières substantielles. À défaut de cela, on est en droit de se demander pourquoi Santé Canada tient à une approche qui évite de pénaliser de manière sérieuse les commerçants fautifs. Les interventions simplifiées et conséquents entraîneraient des impacts plus lourds sur les parties fautives, ce qui créeraient un effet dissuasif plus important.

Une approche plus dissuasive inclurait :

- La suspension de permis lors de violations répétées, qu'elles relèvent de la vente, de la promotion ou de l'étiquetage. La durée de suspension varierait en fonction du nombre de suspensions précédentes.
- La saisie de matériel ou produit qui contrevient à un règlement par son odeur.
- La saisie et la destruction sans remise de tout matériel en manque de conformité

Recommandation 7 : Élargir la notion de récidive pour comprendre une seconde violation à la loi ou ses règlements, peu importe la nature de la seconde violation. Procéder à la suspension de permis d'opération dès la première récidive d'une violation, baliser la durée de la suspension en fonction du nombre de récidives au cours d'une période donnée et faciliter les saisies.

8. Assurer une liste complète de contraventions

Dans le cadre de la [consultation sur les contraventions](#) d'il y a un an, Santé Canada mentionne qu'un « certain nombre de nouvelles infractions liées au tabac et au vapotage est sous considérations » en offrant

une liste d'exemples « *d'infractions qui pourraient être qualifiées de contraventions.* » Nous espérons que cette liste représente le minimum et que bien d'autres infractions y seront ajoutées. Le travail d'inspection devrait être tout aussi décisif pour signaler les violations de nombreuses dispositions comprises dans la loi et ses règlements et ne pas se montrer tolérant face à un manque de conformité ou des récidives. Ainsi, en plus des infractions liées

- à la fourniture de produits aux jeunes,
- à l'absence de rapports,
- à la promotion par voie d'attestation ou de témoignage,
- à la concentration maximale de nicotine de 20 mg/ml et
- à la publicité non conforme d'un produit ou d'un élément de marque de vapotage non conforme,

il serait approprié d'en ajouter d'autres, dont celles liées

- à l'emballage,
- aux mises en garde,
- à la publicité trompeuse,
- à la publicité pouvant attirer les jeunes,
- à la commandite,
- à la promotion d'un produit de tabac « moins nocif » qu'un autre,
- à la promotion par communication privée,
- à la vente interprovinciale de tabac,
- aux contreparties pour l'achat,
- aux saveurs de vapotage (additifs),
- aux noms ou descriptions de saveurs de vapotage et
- au nombre minimal d'unités par emballage.

Recommandation 8 : Ajouter de nouvelles contraventions pour couvrir l'ensemble des obligations légales et réglementaires des fabricants, distributeurs et détaillants de produits de tabac et de vapotage.

9. Collaboration avec d'autres départements et juridictions

Entente pour un partage d'autorité

Pour gagner en efficacité, des ententes devraient être avancées pour autoriser les intervenants et inspecteurs d'un ministère à faire appliquer les dispositions qui relèvent d'un autre ministère.

Par exemple, plusieurs inspecteurs de Santé Canada qui veillent à l'application de la LTPV devraient être habilités à sanctionner les violations à d'autres lois et règlements connexes, dont la Loi sur l'accise. Cela est d'autant plus pertinent que l'Agence de revenu du Canada n'a pas la tradition de procéder à des opérations de surveillance dans les points de vente de détail comme c'est le cas des inspecteurs de Santé Canada, et ce, même depuis que de [nouvelles règles autorisent l'estampillage par les commerçants eux-mêmes dans les lieux de vente](#) (dans les cas où ces derniers procèdent à finaliser l'emballage). Or, en omettant délibérément cet estampillage de dernière minute, des produits peuvent être aisément

détournés vers le marché illégal et vendus au rabais, sans taxes. Similairement, les agents frontaliers devraient pouvoir sanctionner des produits dont l'étiquetage n'est pas conforme à la LTPV ou qui sont identifiés avec des saveurs interdites.

Partage de renseignements

Le fait de partager les renseignements des inspecteurs de Santé Canada avec ceux de l'Agence de revenu du Canada (ARC) et d'entreprendre la suspension de la licence de fabrication ou de distribution à l'échelle canadienne mènerait à des conséquences appropriées pour son titulaire délinquant, soit la suspension de l'ensemble de ses activités commerciales au Canada en ce qui concerne les produits de tabac et de vapotage. Cela est d'autant plus pertinent que l'ARC n'a pas l'habitude de procéder à des opérations de surveillance dans les points de vente de détail.

Recommandation 9 : Élaborer des ententes habilitant les inspecteurs relevant d'une loi touchant les produits du tabac, de vapotage ou de nicotine à sanctionner le non-respect d'une autre loi ou de règlements lorsque ceux-ci touchent ces mêmes produits.

10. Assurer la transparence pour toutes les violations ainsi que des amendes dissuasives

Les analyses ou campagnes réalisées par la société civile et la communauté de recherche sont des leviers importants qui aident le public et les décideurs à mieux comprendre l'impact des pratiques commerciales sournoises et parfois même de les anticiper. Leurs travaux ont la capacité de mettre en lumière le manque de concordance entre le discours public de l'industrie et son manque de conformité face aux exigences gouvernementales et d'informer la nécessité d'autres politiques publiques.

Il importe donc d'instaurer un mécanisme afin d'assurer une meilleure transparence face aux inspections, infractions, poursuites et contraventions. Par exemple, il n'y a presque aucune information sur la conformité des dispositions sur la promotion. Les rapports d'activité et de conformité publiés sur le site de Santé Canada offrent un aperçu, mais ne permettent pas de savoir si le ministère est intervenu à l'égard d'activités spécifiques de communication. Ainsi, le public ne connaît toujours pas l'aboutissement des plaintes et des enquêtes (si elles ont eu lieu) concernant les « campagnes d'information » de l'industrie, comme « [Parlons vapotage](#) » d'Imperial Tobacco déployée en 2019 ou « [Dissipons la fumée](#) » de la même compagnie en février 2022 qui a fait l'objet de plaintes en vertu des dispositions [fédérales](#) et [provinciales](#). Selon nous, il s'agit de publicités commerciales illégales qui ont pu être vues par les jeunes et faisaient usage de témoignages susceptibles de créer de fausses impressions quant aux risques du vapotage. Or, il a été impossible de savoir si Santé Canada partageait cette opinion ou si les responsables ont reçu une amende ou un simple avertissement.

Bien que la mise à jour des procédures et sanctions pour rehausser les outils et voies facilitant le travail d'inspection s'avère pertinente, il est tout aussi important de moderniser les procédures administratives pour rehausser la transparence. Les actions d'inspection et de renforcement de Santé Canada devraient être systématiquement publiées (et facilement accessibles) avec l'identité des parties impliquées clairement exposée. De plus, il serait opportun d'optimiser l'impact de telles actions en les communiquant

aux autres ministères et autorités canadiennes et provinciales qui veillent à l'encadrement des produits du tabac et de vapotage.

Recommandation 10 : Fournir tous les détails pertinents et faire preuve de transparence plus complète et efficace en lien avec l'application des dispositions sur le tabac et le vapotage, notamment celles touchant certaines publicités, et proposer des pistes de solution pour assurer des pénalités financières dissuasives pour les produits non conformes et toute autre violation de la loi et des règlements.

11. Interdire les produits qui ne sont pas explicitement permis

L'histoire de la lutte contre le tabac inclut de nombreux cas où les fabricants introduisent illégalement de nouveaux produits ou de nouvelles marques sur le marché, lesquels deviennent populaires au point où les gouvernements se voient dans l'obligation de les légaliser. C'est [ce qu'a fait l'industrie du vapotage](#), notamment en exploitant l'absence d'encadrement, la tolérance de l'État, le manque de précision dans les lois subséquentes ainsi que leurs zones grises.

Force est de constater que l'encadrement actuel des produits nicotiques non homologués est déficient et ne permet pas de protéger les jeunes contre la dépendance à la nicotine, soit celle engendrée par l'essai des produits dits « récréatifs » ou « naturels ». Une commercialisation bien encadrée de tout produit nicotinique non homologué est envisageable, mais seulement à l'aide de paramètres visant la réduction des méfaits et de processus assurant que ces derniers soient destinés uniquement aux fumeurs (notamment afin de substituer à l'échelle populationnelle les produits combustibles sous un échancier entériné, soit un retrait progressif). À cette fin, pour assurer qu'aucun nouveau produit contenant de la nicotine ou son équivalent n'entre dans une zone grise ou ne soit soumis à un encadrement inadapté, la LTPV doit être amendée et renommée. Elle devrait notamment interdire la commercialisation de ces produits, sauf lorsqu'explicitement permise.

Recommandation 11 : Interdire la commercialisation de tout nouveau produit non homologué comportant plus d'un seuil marginal de nicotine (soit des traces) ou des substances équivalentes à la nicotine. En parallèle, instaurer des paramètres visant la réduction des méfaits à l'échelle populationnelle de manière à ce que la commercialisation des nouveaux produits nicotiques non homologués soit destinée uniquement aux fumeurs.

Conclusion

Nous aimerions réitérer l'importance de moderniser la LTPV dans son entier afin d'y inclure de nouvelles mesures visant à consolider les mesures actuelles et à ajouter celles qui manquent, y compris celles qui éliminent les vides juridiques, zones grises et échappatoires qui facilitent le contournement des règles ou complexifient leur application.

Nous n'avons aucun conflit d'intérêts perçu ou réel avec l'industrie du tabac ou du vapotage, ni à titre personnel, professionnel ou organisationnel. Nous rappelons que les directives de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'OMS incitent les États à empêcher l'influence et l'ingérence de l'industrie sur

le développement des politiques publiques de santé. Nous invitons Santé Canada à ne pas tenir compte des commentaires et recommandations émanant de l'industrie du tabac et [des groupes de façade qui en bénéficient directement ou indirectement](#) (y compris par le « [astrourfing](#) »).

En vous remerciant de prendre ces commentaires et recommandations en considération dans le cadre des objectifs, veuillez agréer nos salutations les plus sincères.

[Signature retirée pour publication]

Flory Doucas
Codirectrice et porte-parole
Coalition québécoise pour le contrôle du tabac
7000, avenue du Parc, bureau 214
Montréal (Québec) H3N 1X1
Tél. 514. 598.5533
fdoucas@cqct.qc.ca