



fccq | Fédération des chambres
de commerce du Québec



**Mémoire présenté dans le cadre des consultations sur le PROJET DE LOI S-5, Loi
modifiant la Loi sur le tabac, la Loi sur la santé des non-fumeurs et d'autres lois en
conséquence**

Fédération des chambres de commerce du Québec

7 avril 2017

Présentation

La Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) regroupe près de 140 chambres de commerce, en plus d'accueillir près de 1 200 entreprises à titre de membre corporatif. Elle constitue le plus important réseau de gens d'affaires et d'entreprises au Québec. Fondée en 1909, la FCCQ représente aujourd'hui plus de 60 000 entreprises et 150 000 gens d'affaires exerçant leurs activités dans tous les secteurs de l'économie et dans toutes les régions du Québec.

La FCCQ est également un membre actif de la Chambre de commerce du Canada avec qui elle coopère sur les dossiers communs à plusieurs provinces et qui relèvent de la compétence du gouvernement fédéral.

Introduction

Personne ne s'étonnera que Santé Canada prenne des initiatives pour lutter contre le tabagisme. Les effets sur la santé d'une consommation régulière et forte de tabac sont largement documentés et même les entreprises productrices de tabac n'en contestent pas les principales conclusions.

La FCCQ souscrit aux efforts consentis depuis des années par les gouvernements afin notamment de fournir une information adéquate aux fumeurs, de restreindre l'usage du tabac dans les lieux publics et de mener des campagnes de prévention du tabagisme, notamment auprès des jeunes.

Si la FCCQ intervient dans le présent débat, ce n'est aucunement pour chercher à accroître la consommation de tabac ni pour atténuer les effets des campagnes contre le tabagisme. Mais le tabac demeure un produit **légal** soumis à des règles très strictes de production et de commercialisation. Les activités de fabrication et de vente des produits du tabac doivent certes être encadrées, et elles le sont beaucoup, mais l'État doit respecter les principes élémentaires de production et de commerce. C'est sur ces règles de base de l'activité commerciale et économique appliquées aux produits du tabac que la FCCQ intervient. On ne peut pas appliquer à un produit légal des interdictions ou des graves entraves au commerce comme s'il s'agissait d'un produit illicite.

Un « noyau dur » de fumeurs informés

Selon diverses études, les campagnes contre le tabagisme et l'adoption d'une multitude de règlements ayant pour effet de restreindre la commercialisation des produits du tabac et la possibilité de fumer dans de nombreux endroits ont fait en sorte que les fumeurs actuels consomment du tabac en connaissance de cause. Ils savent pertinemment que le tabac, surtout si la consommation est élevée, les expose à des risques pour leur santé. Ils constitueraient, selon l'expression du Professeur Geraint Howells, d'un noyau dur de fumeurs (more hard core adherents)¹.

Il n'en est pas de même pour les jeunes qui sont nettement plus influençables et peuvent sous-estimer les conséquences à long terme du tabagisme. C'est pourquoi la FCCQ appuie les campagnes contre le tabagisme, en particulier celles qui sont destinées aux jeunes. Et c'est aussi pourquoi nous insistons pour intensifier la lutte contre la contrebande du tabac parce que le prix des cigarettes de contrebande est particulièrement attractif pour les jeunes. Nous y reviendrons.

La grande majorité des fumeurs actuels sont alertés depuis plusieurs années des risques d'une consommation soutenue pour leur santé. En plus des campagnes à la télévision et les autres médias sur les effets du tabac, les consommateurs retrouvent ces messages sur 75 % de la surface des paquets de cigarettes vendus au Canada. On en arrive à un effet de saturation. On peut bien crier plus fort, rendre les images et les messages encore plus alarmants et repoussants ou couvrir de ces messages 100 % de la surface d'un paquet de cigarettes, les fumeurs risquent peu de changer leur comportement. Les consommateurs n'apprennent rien de nouveau. Ils en viennent même à trouver certains messages exagérés.

L'emballage neutre

On entend par emballage neutre l'imposition, en l'occurrence aux produits du tabac, d'un emballage universel, terne, qui évacue à toutes fins utiles les marques de commerce. Selon ce principe, on ne vendrait plus une marque de cigarette mais simplement des cigarettes. Le nom du produit et du fabricant est affiché en petit caractère dans le bas d'un paquet de cigarettes. La marque distinctive du produit est tellement peu visible que 65 % des commerçants de tabac en Australie (où cette politique de l'emballage neutre a cours) disent se tromper régulièrement de produits au moment de la vente.

Pour la FCCQ, l'emballage neutre pose deux problèmes. Il s'agit, en premier lieu, d'une véritable expropriation d'une marque de commerce. Tant que le tabac demeure un produit

¹ Professeur Geraint Howells. Faculté de Droit. Université de Manchester. The Tobacco Challenge: Legal Policy and Consumer Protection". Ashgate, 2011.

qui peut être distribué et vendu en toute légalité, il est tout à fait contraire aux règles de commerce d'interdire au producteur de faire connaître minimalement son produit et certaines de ses caractéristiques. Cela vaut pour les règles qui régissent le commerce au Canada, mais aussi les règles prescrites par divers traités internationaux.

En deuxième lieu, la FCCQ a de bonnes raisons de douter que l'emballage neutre ne change pas véritablement le comportement des fumeurs. Ce serait comme crier plus fort un message déjà bien connu et souvent répété.

Pour essayer d'y voir plus clair, il faut regarder du côté de l'Australie qui, jusqu'à tout récemment, a été le seul pays à avoir imposé l'emballage neutre sur les produits du tabac, en août 2012.

Diverses études ont été réalisées sur « le cas australien ». Comme c'est souvent le cas en pareille matière, ces études ne convergent pas toutes. Elles ne permettent pas d'attribuer au seul facteur de l'emballage neutre un changement significatif de comportement de la part des consommateurs, notamment parce que le gouvernement australien a mené de front diverses mesures de lutte contre le tabagisme.

Les données relatives aux dédouanements de tabac (y compris le droit d'accise et la douane)² en Australie illustrent des fluctuations avant et après l'introduction de l'emballage neutre. On ne voit guère de relation de cause à effet. On a même assisté, dans l'année qui a suivi l'entrée en vigueur de cette législation à une augmentation des recettes fiscales provenant de la vente légale de produits du tabac.

² Source : Sinclair Davidson. Institut des affaires publiques. L'expérience de l'emballage neutre en Australie. Mai 2016.

Les résultats de l'emballage neutre



Université RWIT © 2016

Economie, finance et marketing

11

La standardisation des cigarettes

Le projet de loi S-5 va encore plus loin en imposant une standardisation des cigarettes. Ainsi, les cigarettes auraient toutes la même apparence : couleur, longueur, type de filtre, etc. De plus, aucun texte ou élément différencié ne devrait apparaître sur la cigarette.

Ces nouvelles dispositions nous apparaissent excessives. Il s'agit d'une intrusion poussée de l'État dans le processus de fabrication d'un produit légal. De plus, cette standardisation facilite grandement la fabrication illégale de cigarettes.

Moratoire sur la mise en marché des produits du tabac

Les tenants d'un renforcement de la réglementation sur les produits du tabac plaident en faveur d'un moratoire sur tout nouveau produit du tabac. Cela empêcherait l'industrie d'innover sur tous les fronts pour augmenter l'attrait de ces produits : marques, graphisme, emballages et nouveaux types de produits. Il serait impossible de développer de nouveaux produits. Ce serait la stagnation.

On a peine à imaginer une telle interdiction. La plupart des innovations de l'industrie du tabac n'émanent pas du Canada. Comment, dans un univers économique globalisé, pourrait-

on concevoir une telle interdiction ? La fin ne peut pas justifier tous les moyens. Le Canada ne peut pas fermer ses frontières à des produits légalement autorisés au pays.

Contrebande du tabac

Au Québec, le prix d'une cartouche de 200 cigarettes se vend environ 90 \$ depuis le début de l'année 2016. Or, on peut facilement acheter un « baggie » de 200 cigarettes illégales pour moins de 20 \$. La différence est énorme et toute augmentation de taxe rend encore plus attrayante la cigarette de contrebande.

Ceux qui sont le plus sensibles au prix des cigarettes sont les jeunes et les personnes à faible revenu. Les campagnes contre le tabagisme ciblent précisément ces deux groupes de personnes. Or, l'accès à du tabac pas cher mine ces campagnes de sensibilisation. Le meilleur moyen de lutter contre le tabagisme, surtout chez les jeunes, consiste à intensifier la lutte contre la contrebande des produits du tabac. Il faut aussi savoir que la production du tabac de contrebande n'est soumise à aucun contrôle, aucune inspection, contrairement à l'industrie du tabac qui est assujettie à plus de 200 règlements

La contrebande de cigarettes est un problème récurrent qui présente un haut risque pour la santé des Canadiens.

Conclusion

La FCCQ traite avec respect les initiatives du ministère canadien de la Santé, des parlementaires et des sénateurs visant à lutter contre le tabagisme.

Elle invite les législateurs à éviter les raccourcis faciles qui consistent à diaboliser les produits du tabac au-delà des risques réels qu'ils représentent. Nous les invitons également à ne pas recourir à des mesures coup-de-poing qui, par-delà le tapage médiatique, ne changent pas le comportement des fumeurs. Nous croyons que l'emballage neutre des paquets de cigarettes et la standardisation des cigarettes font partie de ces mesures spectaculaires qui ne produisent pas les résultats promis.