

**Mémoire de la Fondation des maladies du cœur
et de l'AVC du Canada au Comité permanent des
affaires sociales, de la science et de la technologie**

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***

11 avril 2017

Améliorer 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

Introduction

La Fondation des maladies du cœur et de l'AVC est heureuse de pouvoir vous présenter son mémoire sur les améliorations à apporter au projet de loi S -5. Nous nous réjouissons du dépôt de ce projet de loi, qui est l'occasion d'encadrer davantage la vente et la consommation de tabac et de réglementer l'usage de la cigarette électronique.

Nous sommes de fervents partisans d'une présentation neutre et normalisée des produits du tabac et de leurs emballages. De solides études démontrent l'efficacité d'une telle mesure. Le Canada devrait agir rapidement pour appliquer cette intervention anti-tabac, sans tenir compte de l'information trompeuse et des déclarations erronées diffusées par l'industrie du tabac et par les groupes qui lui servent de façade.

En ce qui concerne le vapotage, la Fondation a été la première organisation canadienne active dans le domaine de la santé à affirmer publiquement qu'il faut réglementer l'usage et le commerce de la cigarette électronique. Notre position à cet égard a évolué avec le temps et avec les progrès de la recherche. Même si les connaissances sur le vapotage progressent, il reste encore beaucoup à découvrir au sujet de cette pratique relativement nouvelle. Nous cherchons toujours un équilibre permettant de profiter de ses avantages possibles sans subir ses risques éventuels. Dans notre déclaration la plus récente sur la cigarette électronique, nous demandons aux pouvoirs publics de la réglementer, pour protéger la population canadienne contre ses effets potentiellement nocifs, et de commander des études permettant de mieux comprendre l'évolution du phénomène, l'innocuité du produit et sa possible contribution au sevrage.

La Fondation reconnaît que la cigarette électronique est moins nocive que la cigarette combustible, mais elle tient à ce que les enfants, les adolescents et les jeunes adultes en soient protégés des risques éventuels et à ce qu'on encourage tous les adeptes du tabagisme à surmonter complètement leur dépendance, plutôt que de continuer à fumer tout en vapotant. Nous savons que la cigarette électronique séduit les jeunes. Selon une étude canadienne, 18 % des élèves non fumeurs du secondaire ont essayé le vapotage, et que 31 % sont intéressés à le faire. Chez les 15 à 19 ans, le vapotage a plus que doublé depuis deux ans. Les études révèlent aussi que, si les adolescents vapotent de plus en plus, c'est parce qu'ils considèrent que la cigarette électronique est « cool » ou « chouette ». Ce qui nous inquiète le plus, c'est le risque d'une commercialisation à grande échelle de la cigarette électronique au Canada. Il est essentiel qu'un cadre réglementaire protège les jeunes de notre pays contre la publicité. Nous voulons aussi nous assurer que la mise en marché de la cigarette électronique n'encouragera pas les jeunes à vapoter de la nicotine tout en continuant à fumer. Dans le projet de loi, les règles visant la mise en marché sont trop laxistes.

La Fondation des maladies du cœur et de l'AVC collabore étroitement avec d'autres organismes de santé; elle a donc choisi d'entériner les recommandations formulées par la Société canadienne du cancer. En voici un résumé.

Résumé des modifications recommandées à l'égard du projet de loi S -5

Modifications relatives au tabac

Interdire toute promotion commerciale ou incitative des fabricants visant les détaillants (p. ex. les primes associées à des cibles de vente; les billets pour des événements sportifs ou culturels; les incitations à participer à des programmes de promotion des ventes; les tirages de vacances; et toute autre forme de promotion incitative). Ces tactiques de mises en marché sont couramment utilisées par les fabricants. Le Québec les interdit depuis le 26 novembre 2016.

Interdire toute les pratiques encore autorisées d'extension des marques de tabac, c'est-à-dire l'utilisation de marques de tabac pour commercialiser des produits et services sans rapport avec le tabac. Dans cette optique, par exemple, on ne pourrait plus utiliser la marque ou le logo d'un fabricant de cigarette sur un briquet ou un paquet d'allumettes. L'utilisation d'une marque ou d'un logo de cigarette sur un produit autre est une forme de promotion, et elle contredit le principe de l'emballage neutre. Le Québec interdit l'extension des marques de tabac depuis 1998. Aujourd'hui, plus de cent pays interdisent l'extension des marques de tabac.

Créer un pouvoir de réglementation permettant de limiter la promotion au sein de l'industrie du tabac (entre les fabricants, les grossistes et les détaillants). Actuellement, la promotion au sein de l'industrie du tabac est complètement soustraite à l'application de la *Loi sur le tabac*, en vertu de l'alinéa 18(2)a) de cette loi. Le projet de loi S -5 contient une disposition obligeant les entreprises à déclarer leurs activités de promotions au sein de l'industrie, mais aucune disposition permettant de réglementer ces activités en fonction des renseignements obtenus. Pour combler cette lacune, on devrait inscrire dans le projet de loi un pouvoir de réglementation permettant de limiter la publicité et la promotion au sein de l'industrie du tabac. Par exemple, on pourrait y interdire la publicité axée sur le mode de vie – celle-ci est pratique courante dans les revues spécialisées. La publicité diffusée dans ces revues touche des milliers et des milliers d'employés chez les grossistes et les détaillants, employés qui peuvent être des consommateurs réels ou éventuels de produits du tabac. Le Québec a modifié sa loi sur le tabac en 2016, pour interdire la publicité axée sur le mode de vie.

Interdire le menthol et le clou de girofle dans tous les produits du tabac (la loi fédérale interdit le menthol uniquement dans les cigarettes, la plupart des cigares et les feuilles d'enveloppe; elle ne l'interdit pas dans les autres produits du tabac, ce qui crée

une échappatoire). Plusieurs provinces ont interdit l'ajout de menthol et de clou de girofle dans tous les produits du tabac. Le menthol et le clou de girofle peuvent être considérés comme des anesthésiques locaux, et donc faire l'objet d'un traitement particulier applicable à tous les produits du tabac.

Créer un pouvoir de réglementation permettant d'exiger la présence d'un avertissement sanitaire directement sur les cigarettes et les produits du tabac (comme le prévoit le projet de loi S -5 dans le cas des produits de vapotage et comme on le recommande dans les directives internationales de la CCLAT de l'OMS) ainsi que sur les narguilés (comme la Turquie l'a fait et comme on le recommande dans les directives internationales de la CCLAT de l'OMS).

Préciser que le pouvoir de réglementation visant l'emballage inclut la possibilité d'interdire certaines marques de commerce, notamment celles qui sont associées au style de vie. On s'inspirerait ainsi de l'exemple donné par la France, qui a interdit récemment (le 30 janvier 2017) des marques comme Vogue, Fine, Corset, Allure et Slims.

Interdire les étuis à cigarettes (les boîtes et contenant en métal où l'on peut ranger les cigarettes). En général, ces étuis sont vendus vides et ne portent aucun avertissement sanitaire. Ils contredisent le principe de l'emballage neutre, dans la mesure où ils peuvent être élégants ou porter une belle image, ou éventuellement la marque, l'image ou le logo d'un fabricant. Les étuis à cigarette facilitent aussi la circulation des cigarettes de contrebande, achetées en vrac. On trouve des étuis à cigarette dans de nombreux magasins à bon marché et dépanneurs.

Prévoir la publication de tout renseignement communiqué à Santé Canada, sauf disposition contraire du règlement. Le projet de loi S -5 octroie le pouvoir de publier, par voie de règlement, le contenu des rapports communiqués à Santé Canada par les compagnies de tabac et de vapotage. La modification suggérée inverse la présomption d'obligation : plutôt que de stipuler que l'information déclarée peut être publiée par voie de règlement, on stipulerait que toute information déclarée est automatiquement publiée, sauf disposition contraire dans le règlement. Les règlements futurs pourraient traiter différemment les renseignements déclarés avant et après l'entrée en vigueur du projet de loi S -5.

Créer un pouvoir de réglementation permettant d'augmenter l'âge minimum dans l'avenir. Actuellement, la loi fédérale interdit la vente du tabac aux moins de 18 ans. Six provinces et un territoire l'interdisent aux moins de 19 ans. Aux États-Unis, elle est interdite aux moins de 21 ans en Californie, à Hawaï et dans plus de 220 municipalités (dont New York, Boston, Chicago, St. Louis et Cleveland). Dans le document de consultation au sujet de la Stratégie fédérale de lutte contre le tabagisme,

publié le 22 février 2017, Santé Canada recommande de faire passer la limite fédérale à 21 ans. L'ajout d'un pouvoir réglementaire permettrait de donner suite à cette recommandation.

Exiger que l'emballage d'expédition des produits achetés sur la Toile indique visiblement que le colis contient des produits du tabac ou des produits de vapotage, selon le cas. Cette mesure limiterait l'accès des jeunes à ces produits par correspondance. Le parent comprendrait clairement quel est le contenu du colis livré à domicile.

Créer un **pouvoir de réglementation** permettant à l'État d'appliquer les dispositions de la *Loi*, en tout ou en partie, aux **produits sans tabac destinés à être fumés dans un narguilé**. La loi québécoise le prévoit déjà. La nouvelle directive européenne sur les produits du tabac le prévoit en partie (articles 21 et 22). Il est important de réglementer les produits sans tabac destinés à être fumés dans un narguilé, particulièrement en matière de promotion et de publicité, d'emballage et d'étiquetage, de vente aux mineurs, de parfum, etc. Ce pouvoir de réglementation ne s'appliquerait pas à la marijuana, qui doit faire l'objet d'une loi distincte.

Créer un pouvoir de réglementation permettant d'obliger les fabricants de produits du tabac à déclarer les dépenses et les activités visant à influencer directement ou indirectement sur les politiques fédérales visant la lutte anti-tabac. On pourrait ainsi documenter les activités qui relèvent vraiment du domaine des relations publiques. Une telle mesure aiderait aussi le Canada à appliquer l'article 5.3 de la CCLAT en documentant les efforts déployés par l'industrie du tabac pour influencer les pouvoirs publics.

Interdire la vente par lot à prix réduit (on offre par exemple des « duos », soit deux paquets attachés par une bande élastique qui sont vendus moins cher ensemble que séparément). Cette modification confirmerait l'interprétation que Santé Canada fait de l'article 29 de la *Loi* (à savoir que la disposition visant les « rabais » interdit la vente à prix réduit d'emballages regroupant plusieurs paquets) et neutraliserait le jugement imprévu qui a infirmé cette interprétation (*Larny Holdings*, 2002).

Modifier la *Loi sur la santé des non-fumeurs* pour y ajouter un pouvoir de réglementation permettant d'interdire le tabagisme dans des aires extérieures précises situés dans les lieux relevant de la compétence fédérale, par exemple : à proximité de l'entrée des bâtiments fédéraux; sur une plage, dans une aire de pique-nique ou dans un terrain de jeu destinés aux enfants situés dans un parc national; etc. (Plusieurs provinces le font.)

Modification technique

La nouvelle définition que l'on propose pour le terme « produit du tabac » exclut les feuilles de tabac destinées à la vente au détail. Les feuilles de tabac sont expressément incluses dans la définition qui figure dans l'actuelle *Loi sur le tabac*, ainsi que dans la réglementation actuelle sur l'avertissement sanitaire. La nouvelle définition devrait continuer d'inclure les feuilles de tabac.

Modifications relatives aux produits de vapotage

Créer un pouvoir de réglementation permettant de limiter davantage la publicité et la promotion visant les produits de vapotage, notamment en ce qui concerne les lieux et le contenu. Ce pouvoir existe déjà pour les produits du tabac; il est aussi prévu dans la *Loi sur les aliments et drogues*. L'État doit disposer de la marge de manœuvre voulue pour réagir à l'évolution des pratiques promotionnelles et publicitaires; or, dans sa version actuelle, le projet de loi S-5 ne prévoit aucune disposition à cet effet. Le gouvernement veut que le projet de loi l'aide à mieux encadrer les activités de publicité et de promotion, mais le libellé actuel ne lui donne pas les moyens de le faire.

Limiter la publicité des produits de vapotage à la publicité informative ou préférentielle. C'est la position adoptée face au tabac. Le gouvernement semble en avoir l'intention, mais on ne trouve pas de libellé explicite à cet effet dans le projet de loi. On y interdit la publicité sur le mode de vie sans préciser que seule la publicité d'information ou la publicité préférentielle est autorisée.

Retirer les dispositions autorisant la publicité de style de vie dans les bars et dans les publications envoyées à des adultes. Rien ne justifie la publicité de style de vie (qui consiste à associer le produit à une mode, au prestige, à la virilité, à la féminité, etc.), et on ne devrait jamais l'autoriser. Cela est d'autant plus vrai dans les bars, où la consommation d'alcool risque de désinhiber les clients.

On devrait **interdire toute extension des marques de produits de vapotage**; en d'autres mots, les marques et logos ne devraient pas être associés à d'autres produits ou services comme les maillots, les casquettes de base-ball, les sacs à dos, etc.

Limiter la promotion incitative des produits de vapotage (c'est-à-dire les rabais) aux magasins spécialisés dans la vente au détail de ces produits. Dans sa version actuelle, le projet de loi S-5 permet la promotion généralisée des produits de vapotage dans des lieux où les jeunes ne peuvent pas entrer, sous forme de cadeaux, de bonis, de primes, de rabais, de jeux, de tirage, de loterie ou de concours. Il autorise ces formes de promotion dans les bars, les casinos, les magasins spécialisés et les autres lieux auxquels les moins de 18 ans n'ont pas accès. On devrait modifier

cette disposition pour que la promotion incitative soit autorisée exclusivement dans les magasins spécialisés dans la vente de produits vapotage, et pour qu'elle soit limitée aux bonis, primes, rabais monétaires et aux cadeaux d'un produit de vapotage à l'achat d'un autre produit de vapotage. Dans sa version actuelle, le projet de loi S -5 permet les tirages et les concours dont le prix est, par exemple, un voyage vers une destination soleil, l'invitation à une fête privée et des billets pour un événement sportif ou culturel; de telles formes de promotion devraient être interdites.

Limiter la diffusion de la publicité pour les produits de vapotage aux mêmes médias et endroits que la publicité pour les produits du tabac. Dans sa version actuelle, le projet de loi S -5 ne prévoit aucune limitation de cet ordre. Il permettrait même d'annoncer des produits de vapotage à la télévision, dans des annonces diffusées pendant une émission pour enfants, sur des panneaux d'affichage situés devant une école primaire ou sur la bande d'une patinoire utilisée par une équipe de hockey pee-wee.

Conclusion

Nous applaudissons le dépôt du projet de loi S -5 et nous encourageons cette chambre à le bonifier. La Fondation des maladies du cœur et de l'AVC est confiante que, si l'on y intègre les modifications proposées, ce projet de loi renforcera à la fois les dispositions visant les produits du tabac et celles concernant les produits de vapotage, et qu'il protégera les jeunes Canadiens et les jeunes Canadiennes contre leurs effets néfastes. C'est grâce à des modifications de cet ordre que les pouvoirs publics pourront intervenir stratégiquement afin de réduire le fardeau que représentent les maladies liées au tabagisme, tout en profitant des possibles avantages de la cigarette électronique et en limitant ses risques éventuels.