



**Mémoire soumis à Santé Canada dans le cadre de la
consultation sur la « banalisation des emballages » des
produits du tabac**

**Préparé par Mario Bujold, directeur général,
et Claire Harvey, agente de communications et relations médias**

31 août 2016

Introduction

Le **Conseil québécois sur le tabac et la santé** (CQTS) remercie Santé Canada de lui offrir l'occasion de faire part de ses préoccupations et réflexions dans le cadre de la consultation sur la « banalisation des emballages » des produits du tabac.

Le **CQTS** est un organisme à but non lucratif dont la mission est **Vers un Québec sans tabac**. Depuis 40 ans, il œuvre à réduire et prévenir la consommation de tabac au Québec en collaboration avec des centaines d'organismes et d'entreprises partenaires, dont le ministère de la Santé et des Services sociaux, les Centres intégrés de santé et de services sociaux et Santé Canada.

Notre organisme coordonne plusieurs programmes de prévention et d'abandon du tabac en milieu scolaire, dans les entreprises et auprès de la population, ainsi que des campagnes sociétales de promotion de la santé. Nos activités incluent la réalisation de la *Semaine pour un Québec sans tabac*, les programmes de prévention et d'action sociale *La gang allumée* et *Opération Fais-toi entendre!*, les services d'abandon du tabagisme *j'Arrête*, des actions sur les politiques et normes sociales, ainsi qu'un recours collectif intenté contre trois compagnies de tabac canadiennes au nom de milliers de victimes du tabac. Le 27 mai 2015, la Cour supérieure du Québec a d'ailleurs condamné les cigarettiers poursuivis à verser 15,5 milliards de dollars aux quelque 100 000 Québécois concernés par ce recours collectif. Nos services s'adressent aux fumeurs, aux ex-fumeurs et à la population en général.

De concert avec une centaine d'organismes du secteur de la santé, nous avons pour vision de « **Réduire la consommation de tabac au Québec à 10 % d'ici 2025** ». À l'aide de nos programmes jeunesse, nous visons la création d'**une première génération sans tabac d'ici 2025**.

Le CQTS compte sur l'appui des membres suivants, ainsi que sur le soutien de plus de 400 organismes et entreprises partenaires :

- Centre intégré de santé et des services sociaux des Laurentides
- Association médicale du Québec
- Association pour la santé publique du Québec
- Association pulmonaire du Québec
- Fondation des maladies du cœur et de l'AVC
- Fondation québécoise du cancer
- Hôpital du Sacré-Cœur de Montréal (programme d'aide à la cessation tabagique)
- Les compagnies de recherche pharmaceutique du Canada
- Médecins francophones du Canada
- Ordre des pharmaciens du Québec
- Ordre professionnel des inhalothérapeutes du Québec
- Société canadienne du cancer (division du Québec)

Nous comptons également plusieurs membres individuels, dont plus de 1 340 victimes du tabac qui ont adhéré à notre organisme comme membres invités de notre recours collectif.

Sommaire des appuis et des recommandations

Le CQTS est favorable à l'ensemble des mesures envisagées pour la réglementation de l'apparence, de la forme et de la taille des produits du tabac et de leurs emballages. Nous accordons notre soutien au plan fédéral concernant les emballages neutres et standardisés et souhaitons qu'il soit mis en œuvre le plus rapidement possible.

De plus, nous faisons les recommandations suivantes :

- Imposer un seul format standard à tous les paquets de cigarettes, soit le paquet rectangulaire à coulisse.
- Fixer une taille uniforme pour chaque catégorie de produits du tabac afin de créer une surface minimale absolue pour les mises en garde.
- Standardiser le nombre d'unités par paquet pour chaque catégorie de produits du tabac.
- Augmenter la taille des mises en garde et les afficher sur tous les produits du tabac.
- Interdire les familles de marques.
- Choisir le pantone 448 C (brun olive foncé) pour l'extérieur et l'intérieur de l'emballage de tous les produits du tabac.
- Amender la législation fédérale pour éliminer la possibilité d'utiliser les noms et éléments de marques de tabac sur des accessoires de tabac.
- Imposer un seul format pour la longueur et le diamètre des cigarettes et des petits cigares.

Enfin, nous souhaitons que Santé Canada inclue les éléments suivants dans la stratégie de lutte contre le tabac :

- Une réglementation accrue de la cigarette électronique.
- Une interdiction des produits aromatisés.
- Une hausse des taxes sur les produits du tabac.

Situation du tabagisme au Canada

Au cours des dernières décennies, le gouvernement fédéral et ses partenaires provinciaux ont adopté diverses mesures législatives et réglementaires pour diminuer l'usage du tabac : obligation d'imposer des mises en garde illustrées sur les emballages, interdiction de fumer dans les lieux publics et multiples règlements limitant la publicité, la promotion et l'étalage des produits du tabac.

Depuis l'interdiction de la publicité traditionnelle, le paquet de cigarettes est devenu l'un des seuls moyens pour promouvoir les produits du tabac, imposer le tabagisme comme mode de vie et conquérir de nouveaux clients, quitte à les tuer à petit feu. « (...) dans la lutte pour aller chercher les fumeurs, le paquet et son message sont devenus une arme de plus en plus importante », concluait un article publié dans *Tobacco International* dans la foulée des restrictions sur la publicité classique à partir des années 1990. Au même titre que l'aromatisation du tabac, les emballages augmentent l'attrait des produits du tabac et favorisent l'initiation au tabagisme chez les jeunes, indiquent diverses études.

En 2013, le taux de tabagisme était de 15 % chez les 15 ans et plus (environ 4,2 millions de personnes), ce qui représentait une diminution importante depuis 2001, alors que 22 % de la population fumait.¹ Cependant, même si l'on observe une baisse du tabagisme chez les adolescents, des milliers de jeunes Canadiens commencent à fumer chaque année. Et la prévalence du tabagisme augmente avec l'âge. Tandis que 1,9 % des adolescents de la sixième à la neuvième année étaient fumeurs² en 2013, cette proportion atteint 11 % chez ceux de 15 à 19 ans³ et 18 % chez les jeunes adultes de 20 à 24 ans⁴ pour redescendre à 15 % chez les 25 ans et plus⁵. Des jeunes qui risquent à leur tour de développer une maladie causée par l'usage du tabac et d'en mourir.

C'est pourquoi le CQTS accueille très favorablement la volonté du gouvernement fédéral d'adopter le paquet neutre et standardisé. Il s'agit d'une recommandation de la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte antitabac, à laquelle le Canada est partie. Le paquet neutre, imposé en 2012 en Australie, a limité considérablement la possibilité pour l'industrie de faire la promotion de ses produits. Au Canada, cette stratégie contribuera à résoudre ce grave problème de santé publique qui provoque la mort prématurée de plus de 37 000 Canadiens et Canadiennes chaque année⁶ et coûte quelque 17 milliards de dollars en frais directs et indirects à notre société⁷.

¹ Gouvernement du Canada, *Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues (ECTAD), Sommaire des résultats pour 2013*. <http://canadiensensante.gc.ca/science-research-sciences-recherches/data-donnees/ctads-ectad/summary-sommaire-2013-fra.php>

² Reid JL, Hammond D, Rynard VL, Burkhalter R. *Tobacco use in Canada: Patterns and trends*, 2015 edition. Waterloo, Ont.: Propel Centre for Population Health Impact, University of Waterloo.

³ Gouvernement du Canada, ECTAD, *op.cit*

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

⁶ Rehm J, et coll. 2006. *The costs of substance abuse in Canada 2002: Highlights*. Ottawa, ON: Canadian Centre on Substance Abuse. Repéré à <http://www.ccsa.ca/Resource%20Library/ccsa-011332-2006.pdf>

⁷ *Ibid.*

Questions aux fins de la consultation

Maintenant que vous en savez un peu plus long sur notre organisme et sur nos préoccupations, voici nos réflexions sur les questions de votre consultation. Comme le CQTS accorde énormément d'importance à la prévention et à la réduction du tabagisme chez les jeunes, nous nous concentrerons sur cet objectif dans le cadre de nos recommandations.

Protéger les jeunes contre tabagisme

Au Québec, 12,2 % des adolescents fument⁸. L'âge moyen d'initiation au tabagisme est de 13,3 ans⁹; alors que 2,9 % des jeunes fument en 1^{re} secondaire, ce taux atteint 23 % en 5^e secondaire¹⁰. Plus les jeunes commencent à fumer tôt, plus ils sont à risque de fumer. Toute mesure pouvant repousser l'âge moyen d'initiation entraînera – par ricochet – une diminution du tabagisme.

Depuis l'instauration du paquet neutre en Australie, l'âge d'initiation aux produits du tabac est passé de 15,4 ans en 2010 à 15,9 ans en 2013¹¹. Cette stratégie a également occasionné une diminution du pourcentage de fumeurs réguliers de 15,1 % à 12,8 %¹² et entraîné une hausse significative de 78 % des appels à la ligne d'aide à l'arrêt tabagique¹³. L'emballage neutre a aussi été suivi d'une baisse du nombre moyen de cigarettes consommées par semaine par fumeur de 111 à 96¹⁴. De nombreux pays ont décidé de suivre l'exemple de l'Australie, dont la France, la Grande-Bretagne et l'Irlande. La Norvège, la Suède, la Finlande et la Nouvelle-Zélande ont, pour leur part, entrepris des démarches afin d'implanter le paquet neutre. Cette stratégie réduit l'attrait des produits du tabac en particulier chez les jeunes, rend les mises en garde plus efficaces et empêche les techniques de design pouvant induire les usagers en erreur sur les risques liés à la consommation des produits du tabac (Organisation mondiale de la santé, 2008).

En novembre 2015, le Québec a adopté la Loi concernant la lutte contre le tabagisme. Cette loi comporte de nombreuses mesures audacieuses, dont la standardisation des mises en garde sur les produits du tabac. L'implantation du paquet neutre permettra au gouvernement fédéral d'harmoniser sa loi sur le tabac avec celles de ses homologues provinciaux.

⁸ Institut de la statistique du Québec, *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire 2013*, novembre 2014, page 44. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/sante/enfants-ados/alcool-tabac-drogue-jeu/tabac-alcool-drogue-jeu-2013.pdf>

⁹ *Ibid* p.74

¹⁰ *Ibid* p. 44

¹¹ . Australian Institute of Health and Welfare, *National Drugs Strategy Household Survey*. <http://www.aihw.gov.au/alcohol-and-other-drugs/ndshs/>

¹² *Ibid*.

¹³ Young, J. M., Stacey, I., Dobbins, T. A., Dunlop, S., Dessaix, A. L., & Currow, D. C. (2014). *Association between tobacco plain packaging and Quitline calls: a population-based, interrupted time-series analysis*. *Med.J.Aust.*, 200, 29-32.

¹⁴ Australian Institute of Health and Welfare, *op. cit.*

MESURES À L'ÉTUDE

A. Mesures détaillées : emballage des produits du tabac

Nous appuyons sans réserve l'ensemble des mesures à l'étude concernant la forme et la taille des emballages des produits du tabac, y compris celles envisagées qui vont plus loin que le modèle australien. Nous recommandons toutefois d'y ajouter les éléments suivants :

- **Imposer un seul format standard à tous les paquets de cigarettes, soit le paquet rectangulaire coulissant.** Les mises en garde sont plus visibles et plus percutantes sur ce type de paquet que sur celui à rabat (flip-top). Sur ce dernier, la mise en garde est coupée par le mécanisme d'ouverture du paquet. Cette mesure éliminerait aussi les petits boîtiers ressemblant à un tube de rouge à lèvres ou à un gadget électronique qui ciblent les jeunes et les femmes. Cela interdirait aussi les emballages aux arêtes biseautées ou arrondies qui déforment les mises en garde, tout comme les paquets à emballage double.
- **Fixer une taille uniforme pour chaque catégorie de produits du tabac afin de créer une surface minimale absolue pour les mises en garde.** L'Australie impose des dimensions précises pour les paquets de cigarettes, ce qui standardise la grandeur des mises en garde (qui couvre un pourcentage de 82,5 % des surfaces principales, soit 75 % à l'avant et 90 % à l'arrière).
- **Standardiser le nombre d'unités par paquet pour chaque catégorie de produits du tabac.** Ainsi, l'industrie ne pourra pas diminuer le nombre d'unités offertes afin de promouvoir certains produits (paquets avec moins de cigarettes afin de baisser les prix, paquets avec cigarettes en bonis, etc.). En ce qui concerne les cigarettes, nous privilégions le paquet de 25 unités, ce qui maximise le format de la mise en garde, augmente le prix d'achat (comparativement au paquet de 20) et rend l'apparence générale moins attirante.
- **Augmenter la taille des mises en garde et les afficher sur tous les produits du tabac.** De nombreuses études indiquent que l'efficacité des mises en garde augmente avec leur taille¹⁵. Les jeunes et les adultes sont plus susceptibles de se souvenir des mises en garde lorsque leur taille est importante et associent cet élément à des risques plus élevés¹⁶. Enfin, la taille amplifie la réaction émotionnelle suscitée par les mises en garde¹⁷. Plusieurs pays ont dépassé le pourcentage de 75 % sur les paquets de cigarettes du Canada, dont l'Uruguay (80 %), l'Australie

¹⁵ David Hammond, *Health warning messages on tobacco products; a review*, Tobacco Control, 2011. <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/20/5/327.full#ref-4>

¹⁶ Sunday Azagba, Mesbah F. Sharaf, *The Effect of Graphic Cigarette Warning Labels on Smoking Behavior: Evidence from the Canadian Experience*, 2012. <http://www.rdc-cdr.ca/effect-graphic-cigarette-warning-labels-smoking-behavior-evidence-canadian-experience>

¹⁷ David Hammond, *op. cit.*

(82,5 %) et la Thaïlande (85 %)¹⁸. De plus, le CQTS recommande de s'assurer que les mesures relatives aux mises en garde s'appliquent à tous les produits du tabac.

- **Interdire les familles de marques.** Il y aurait lieu de s'inspirer de l'exemple de l'Uruguay et permettre un seul produit par marque. Du coup, l'industrie ne pourrait plus utiliser des termes différents ou des gradations de chiffres susceptibles de tromper les consommateurs quant aux risques associés à ses produits, comme c'est notamment le cas pour la marque du Maurier : du Maurier Distinct, du Maurier Raffiné, du Maurier Signature, etc.
- **Choisir le pantone 448 C (brun olive foncé)** pour l'extérieur et l'intérieur de l'emballage de tous les produits du tabac. C'est la couleur la plus repoussante au monde, selon les experts en marketing qui ont travaillé sur ce sujet pour le paquet neutre australien. L'Australie, la France et le Royaume-Uni ont choisi ce brun olive pour leurs paquets neutres.
- **Amender la législation fédérale pour éliminer la possibilité d'utiliser les noms et éléments de marques de tabac sur des accessoires de tabac.** Cette mesure empêcherait la mise en marché de produits (briquets, cendriers, etc.) qui évoqueront des éléments de marques qui seront interdits sur les paquets de cigarettes.

B. Mesures détaillées : produits du tabac

Nous appuyons sans réserve toutes les mesures à l'étude concernant la forme et la taille des emballages des produits du tabac. Nous recommandons toutefois d'y ajouter l'élément suivant, comme envisagé dans le document aux fins de consultation de Santé Canada:

- **Imposer un seul format pour la longueur et le diamètre des cigarettes et des petits cigares, afin d'éliminer les produits minces ou ultraminces, king size, etc.** Les cigarettes, dont le diamètre est inférieur à 7,5 mm, peuvent à tort être perçues comme étant plus douces et moins nocives que les cigarettes ordinaires surtout par les adolescentes¹⁹. Cette pratique de marketing mise sur l'association entre la minceur, la féminité et la cigarette, et cible particulièrement les jeunes femmes (ex. les cigarettes Vogue ou les *Superslims* de Benson & Hedges qui viennent dans une boîte effilée). En outre, cette mesure empêcherait l'industrie d'offrir des variantes « Extra King », comme elle l'a fait en Australie.

¹⁸ Société canadienne du cancer, *Mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes : Rapport international*, septembre 2014.

<http://www.cancer.ca/~media/cancer.ca/CW/for%20media/Media%20releases/2014/Tobacco%20Warnings%20Oct%202014/SCC-rapportinternational-mises-en-garde-2014-FR.pdf>

¹⁹ Allison Ford, Crawford Moodie, Anne M. MacKintosh, Gerard Hastings, *Adolescent perceptions of cigarette appearance*. Eur J Public Health. <http://eurpub.oxfordjournals.org/content/24/3/464.long>

DIFFICULTÉS ÉVENTUELLES DE LA MISE EN ŒUVRE DE MESURES DE « BANALISATION DE L'EMBALLAGE »

Le CQTS a pris connaissance des préoccupations de Santé Canada concernant les difficultés éventuelles, selon l'industrie, relatives à la mise en œuvre des mesures de « banalisation de l'emballage ». L'industrie du tabac s'est toujours opposée vigoureusement à toute mesure efficace visant à prévenir et diminuer le tabagisme. Il faut s'attendre à ce que les fabricants de produits du tabac se battent bec et ongles contre cette mesure au Canada, de concert avec des groupes de façade financés par cette industrie pour défendre ses intérêts. Cependant, les cigarettiers n'ont pas la crédibilité pour défendre la légitimité d'un produit qui tue un de ses consommateurs sur deux, voire un sur trois selon une étude récente²⁰. En mai 2015, le juge Brian Riordan, de la Cour supérieure du Québec, a d'ailleurs souligné dans son jugement qui condamne les trois plus importants cigarettiers canadiens que ceux-ci ont menti pendant 50 ans aux consommateurs et fait passer leurs intérêts avant ceux de la santé de la population²¹. Il est arrivé à cette conclusion en analysant la preuve présentée lors du procès de deux recours collectifs contre ces trois entreprises canadiennes.

Les arguments de l'industrie :

- **Une mesure qui fera diminuer les prix des produits du tabac, ce qui entraînera une hausse du tabagisme.** Contrairement à ces prédictions, le prix a augmenté de 3,4 % de 2012 à 2013 en Australie à la suite de l'introduction du paquet neutre. Pour éviter qu'une baisse de prix fasse augmenter le tabagisme, l'instauration du paquet neutre pourrait s'accompagner d'une hausse importante des taxes de tous les produits du tabac.
- **Cette mesure va faire augmenter le marché noir des produits du tabac.** L'industrie en veut pour preuve une étude effectuée à sa demande par KPMG. En 2014, le *British Medical Journal* (BMJ) a publié les résultats d'une recherche réfutant les conclusions de l'étude de KPMG²². Les résultats de cette étude indiquent que les détaillants n'ont pas observé une perte de leur clientèle, que la consommation des marques à bas prix n'a pas augmenté et demeure marginale et que la proportion de fumeurs consommant des produits de contrebande n'a pas évolué de manière importante.

²⁰ Sax Institute, *The numbers are in: As many as two in three smokers will die from their habit, Australian study concludes*, février 2015. <http://www.sciencedaily.com/releases/2015/02/150224083704.htm>

²¹ Juge Brian Riordan, Cour supérieure du Québec. <http://www.cqts.qc.ca/recours/wp-content/uploads/2015/06/AA-Jmt20150527.pdf>

²² Michelle Scollo, Meghan Zacher, Sarah Durkin, Melanie Wakefield, *Early evidence about the predicted unintended consequences of standardised packaging of tobacco products in Australia: a cross-sectional study of the place of purchase, regular brands and use of illicit tobacco*, BMJ open 2014. <http://bmjopen.bmj.com/content/4/8/e005873.full>

Par ailleurs, comme le souligne la Banque mondiale²³, la meilleure façon de contrer la contrebande est le déploiement d'une stratégie globale de lutte contre la contrebande. Une stratégie robuste a permis au Québec de réduire la contrebande de 15 % depuis 2011, alors que le phénomène accaparait près du 30 % du marché en 2009²⁴.

- **La mise en œuvre de cette mesure pourrait se révéler difficile pour les détaillants de produits du tabac.** (On craint que les commis aux points de vente aient besoin de plus de temps pour reconnaître sur les tablettes les produits demandés par les clients.) En Australie, ce phénomène fut peu important et temporaire. Nous ne voyons pas pourquoi la situation serait différente au Canada.

MESURE SUR LES NOUVEAUX PRODUITS

En Australie, comme le souligne Santé Canada dans son document de consultation, l'industrie continue à faire preuve d'innovation à l'égard des mesures d'emballage neutre et uniformisé. Pour contrer cette possibilité, nous souhaitons que le gouvernement du Canada instaure un moratoire sur la mise en marché de tout nouveau produit du tabac en y incluant une définition de « nouveau produit ». Cette définition devrait regrouper les nouveautés visibles (par exemple, l'emballage et la forme du produit) et non visibles (par exemple, la teneur en nicotine).

La stratégie fédérale devrait également comprendre une hausse des taxes sur les produits du tabac et une interdiction des produits du tabac aromatisés. Enfin, elle devrait prévoir un encadrement accru de la cigarette électronique, comme celui récemment adopté aux États-Unis par la FDA. Ce règlement devrait inclure :

- l'obligation de soumettre à Santé Canada les produits incluant de la nicotine pour approbation;
- l'obligation de mettre des avertissements sanitaires sur l'emballage des cigarettes électroniques;
- l'obligation de présenter une demande d'autorisation de mise en marché de tout nouveau produit;
- l'interdiction de la vente des cigarettes électroniques aux mineurs.

²³Banque mondiale, *Maîtriser l'épidémie : L'État et les aspects économiques de la lutte contre le tabagisme*, 2000.
<http://siteresources.worldbank.org/INTETC/Resources/375990-1113921116151/Curbing-Tobacco-French.pdf>

²⁴ Gouvernement du Québec, *Le plan économique du Québec*, « Renseignements additionnels 2016-2017 », page C8, 2016.
<http://www.budget.finances.gouv.qc.ca/budget/2016-2017/fr/documents/RenseignementsAdd.pdf>

Conclusion

Nous remercions Santé Canada de nous avoir donné la possibilité de contribuer à cet important débat. Une réforme législative basée sur une approche globale, ferme et cohérente, qui intègre les meilleures connaissances scientifiques est urgente pour protéger la santé des Canadiennes et des Canadiens. Le CQTS demeure convaincu que la « banalisation des emballages » des produits du tabac au Canada diminuera l'attrait des produits du tabac et aura des effets substantiels, comme en Australie, tant sur le taux de tabagisme que sur le nombre de cigarettes fumées. Bref, cette mesure aidera le Canada à réduire le taux de tabagisme de 30 % d'ici 2025, objectif de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, et contribuera à sauver des vies.