



COALITION QUÉBÉCOISE
POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

4126, rue Saint-Denis, Montréal, Québec H2W 2M5 • Tél. : (514) 598-5533 • Téléc. : (514) 598-5283 • coalition@cqct.qc.ca

Montréal, le vendredi 27 août 2010

Dre Marie Rochette
Directrice de la prévention des maladies chroniques et des traumatismes
Ministère de la Santé et des Services sociaux
1075, chemin Sainte-Foy, 11e étage
Québec (Québec) G1S 2M1

Objet : Plainte concernant les publicités en faveur du tabac sur l'Internet

Chère docteure Rochette,

Par la présente, nous déposons une plainte relative aux publicités paraissant sur le site web de la compagnie **Casa Cubana** annonçant la mise en marché des nouveaux cigares « **Bullseye Extra** » et « **Prime Time Plus** ». Nous considérons ces annonces comme de la publicité illégale en vertu de l'article 24 de la *Loi sur le tabac* du Québec :

24. Toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, d'un produit du tabac, d'une marque d'un produit du tabac ou d'un fabricant de produits du tabac est interdite lorsqu'elle :
(...)
8° est diffusée autrement que dans des journaux et magazines écrits dont au moins 85 % des lecteurs sont majeurs;
9° est diffusée autrement que par de l'affichage qui ne peut être vu que de l'intérieur du point de vente de tabac.

Il est clair que la loi québécoise permet uniquement la publicité de tabac exprimée par le biais de deux véhicules publicitaires spécifiques : les journaux et les magazines écrits, et l'affichage dans les points de vente. (Notons que, depuis le 8 octobre 2009, la loi fédérale interdit la publicité en faveur du tabac dans les publications. Cette interdiction fédérale supplante la disposition québécoise moins restrictive et rend alors le paragraphe 24.8° obsolète.) Ainsi, dans la mesure où ce qui est affiché sur le site web de **Casa Cubana** constitue de la publicité, il s'agirait d'une forme de publicité interdite par la loi québécoise.

1) Les annonces et images

Le 21 juin 2010, la compagnie de cigares **Casa Cubana** a affiché sur son site web (<http://www.casacubana.ca/>) deux lettres adressées de façon générique aux consommateurs de cigarillos de marques « **Bullseye** » et « **Prime Time** ». Par le biais de ces lettres, **Casa Cubana** annonce l'arrivée des nouveaux cigares « **Bulleye Extra** » et « **Prime Time Plus** » qui, selon les dires de la compagnie, « *ne sont pas assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les*

saveurs ». Il s'agit de petits cigares qui ont été légèrement modifiés dans le but d'échapper aux nouvelles restrictions fédérales qui sont entrées en vigueur le 5 juillet 2010.

Nouvelles et communiqués > Nouvelles de l'industrie > Consommateur de Prime Time

Nouvelles de l'industrie

Consommateur de Prime Time

Lundi 21 juin 2010

Cher client,

Casa Cubana est fière de présenter la nouvelle génération de cigares aromatisés : les nouveaux cigares Prime Time Plus. Les cigares Prime Time ont été modifiés afin d'être conformes à 100% avec tous les règlements et exigences et de permettre la poursuite de la vente de cigares aromatisés en accord avec l'esprit de la nouvelle loi C-32.

- :: Les Prime Time Plus excèdent le poids minimum de 1,4gr requis pour les cigares aromatisés.
- :: Les Prime Time Plus ne contiennent pas de filtre de type cigarette. Au lieu de cela, ils disposent d'un système de filtration naturel utilisant 100% de tabac pur afin de recréer de manière authentique le confort et le goût d'un filtre de cellulose traditionnel.

Étant donné que les cigares Prime Time Plus ont un poids de plus de 1,4gr et n'utilisent pas de filtre de type cigarette, ils ne sont dorénavant plus considérés comme des « petits cigares » et ne sont par conséquent plus assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les saveurs.

- :: Prime Time Plus sera offert en paquets rigides à couvercle articulé de 10 cigares (cartouche de 10x10), 20 cigares (cartouche de 10x20) et unités (Ouest canadien seulement), et sera disponible dans les saveurs de Cerise, Raisin, Vanille, Pêche, Rhum et Fraise.

Les Prime Time Plus seront offerts à un prix compétitif qui leur permettra de maintenir leur position de leader de leur catégorie au Canada sur le marché des cigares aromatisés.

Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre représentant des ventes de Casa Cubana pour obtenir plus de détails.

[Cliquez ici](#) pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 10
[Cliquez ici](#) pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 20

Nouvelles de l'industrie

Consommateur de Bullseye

Lundi 21 juin 2010

Cher client,

Casa Cubana est fière de présenter la nouvelle génération de cigares aromatisés : les nouveaux cigares Bullseye Extra. Les cigares Bullseye ont été modifiés afin d'être conformes à 100% avec tous les règlements et exigences et de permettre la poursuite de la vente de cigares aromatisés en accord avec l'esprit de la nouvelle loi C-32.

- :: Les Bullseye Extra excèdent le poids minimum de 1,4gr requis pour les cigares aromatisés.
- :: Les Bullseye Extra ne contiennent pas de filtre de type cigarette. Au lieu de cela, ils disposent d'un système de filtration naturel utilisant 100% de tabac pur afin de recréer de manière authentique le confort et le goût d'un filtre de cellulose traditionnel.

Étant donné que les cigares Bullseye Extra ont un poids de plus de 1,4gr et n'utilisent pas de filtre de type cigarette, ils ne sont dorénavant plus considérés comme des « petits cigares » et ne sont par conséquent plus assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les saveurs.

Bullseye Extra sera offert en paquets rigides à couvercle articulé de 20 cigares (cartouche de 10x20), et sera disponible dans les saveurs de Cerise, Raisin, Vanille, Pêche, Framboise et Fraise.



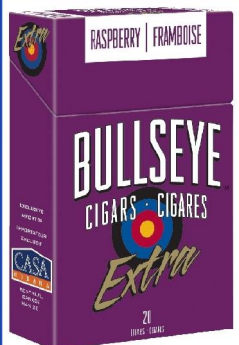
Les Bullseye Extra seront offerts à un prix compétitif qui leur permettra de maintenir leur position de leader de leur catégorie au Canada sur le marché des cigares aromatisés.

Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre représentant des ventes de Casa Cubana pour obtenir plus de détails.

[Cliquez ici](#) pour votre voir les nouveaux cigares Bullseye Extra

[Dernières nouvelles](#) →

Les deux annonces comportent des liens qui mènent à des images des paquets en question :

<p>Cher client,</p> <p>Casa Cubana est fière de présenter la nouvelle génération de cigares aromatisés : les nouveaux cigares Prime Time Plus. Les cigares Prime Time ont été modifiés afin d'être conformes à 100% avec tous les règlements et exigences et de permettre la poursuite de la vente de cigares aromatisés en accord avec l'esprit de la nouvelle loi C-32.</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Les Prime Time Plus excèdent le poids minimum de 1,4gr requis pour les cigares aromatisés. :: Les Prime Time Plus ne contiennent pas de filtre de type cigarette. Au lieu de cela, ils disposent d'un système de filtration naturel utilisant 100% de tabac pur afin de recréer de manière authentique le confort et le goût d'un filtre de cellulose traditionnel. <p>Étant donné que les cigares Prime Time Plus ont un poids de plus de 1,4gr et n'utilisent pas de filtre de type cigarette, ils ne sont dorénavant plus considérés comme des « petits cigares » et ne sont par conséquent plus assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les saveurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Prime Time Plus sera offert en paquets rigides à couvercle articulé de 10 cigares (cartouche de 10x10), 20 cigares (cartouche de 10x20) et unités (Ouest canadien seulement), et sera disponible dans les saveurs de Cerise, Raisin, Vanille, Pêche, Rhum et Fraise. <p>Les Prime Time Plus seront offerts à un prix compétitif qui leur permettra de maintenir leur position de leader de leur catégorie au Canada sur le marché des cigares aromatisés.</p> <p>Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre représentant des ventes de Casa Cubana pour obtenir plus de détails.</p> <p>Cliquez ici pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 10 Cliquez ici pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 20</p> <p>Dernières nouvelles →</p> 	<p>Cher client,</p> <p>Casa Cubana est fière de présenter la nouvelle génération de cigares aromatisés : les nouveaux cigares Prime Time Plus. Les cigares Prime Time ont été modifiés afin d'être conformes à 100% avec tous les règlements et exigences et de permettre la poursuite de la vente de cigares aromatisés en accord avec l'esprit de la nouvelle loi C-32.</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Les Prime Time Plus excèdent le poids minimum de 1,4gr requis pour les cigares aromatisés. :: Les Prime Time Plus ne contiennent pas de filtre de type cigarette. Au lieu de cela, ils disposent d'un système de filtration naturel utilisant 100% de tabac pur afin de recréer de manière authentique le confort et le goût d'un filtre de cellulose traditionnel. <p>Étant donné que les cigares Prime Time Plus ont un poids de plus de 1,4gr et n'utilisent pas de filtre de type cigarette, ils ne sont dorénavant plus considérés comme des « petits cigares » et ne sont par conséquent plus assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les saveurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Prime Time Plus sera offert en paquets rigides à couvercle articulé de 10 cigares (cartouche de 10x10), 20 cigares (cartouche de 10x20) et unités (Ouest canadien seulement), et sera disponible dans les saveurs de Cerise, Raisin, Vanille, Pêche, Rhum et Fraise. <p>Les Prime Time Plus seront offerts à un prix compétitif qui leur permettra de maintenir leur position de leader de leur catégorie au Canada sur le marché des cigares aromatisés.</p> <p>Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre représentant des ventes de Casa Cubana pour obtenir plus de détails.</p> <p>Cliquez ici pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 10 Cliquez ici pour votre voir le nouveau format de cigares Prime Time Plus, paquet de 20</p> <p>Dernières nouvelles →</p> 	<p>Nouvelles de l'industrie</p> <p>Consommateur de Bullseye</p> <p>Lundi 21 juin 2010</p> <p>Cher client,</p> <p>Casa Cubana est fière de présenter la nouvelle génération de cigares aromatisés : les nouveaux cigares Bullseye Extra. Les cigares Bullseye ont été modifiés afin d'être conformes à 100% avec tous les règlements et exigences et de permettre la poursuite de la vente de cigares aromatisés en accord avec l'esprit de la nouvelle loi C-32.</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Les Bullseye Extra excèdent le poids minimum de 1,4gr requis pour les cigares aromatisés. :: Les Bullseye Extra ne contiennent pas de filtre de type cigarette. Au lieu de cela, ils disposent d'un système de filtration naturel utilisant 100% de tabac pur afin de recréer de manière authentique le confort et le goût d'un filtre de cellulose traditionnel. <p>Étant donné que les cigares Bullseye Extra ont un poids de plus de 1,4gr et n'utilisent pas de filtre de type cigarette, ils ne sont dorénavant plus considérés comme des « petits cigares » et ne sont par conséquent plus assujettis à aucune limitation sur les quantités minimales de transaction, les formats d'emballage ou les saveurs.</p> <p>Bullseye Extra sera offert en paquets rigides à couvercle articulé de 20 cigares (cartouche de 10x20), et sera disponible dans les saveurs de Cerise, Raisin, Vanille, Pêche, Framboise et Fraise.</p> <p>Les Bullseye Extra seront offerts à un prix compétitif qui leur permettra de maintenir leur position de leader de leur catégorie au Canada sur le marché des cigares aromatisés.</p> <p>Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre représentant des ventes de Casa Cubana pour obtenir plus de détails.</p> <p>Cliquez ici pour votre voir les nouveaux cigares Bullseye Extra</p> <p>Dernières nouvelles →</p> 
--	--	--

2) Définition de « publicité »

La *Loi sur le tabac* ne donne pas de définition précise de ce qu'est la « publicité », mais spécifie seulement qu'elle inclut « toute publicité directe et indirecte en faveur du tabac »¹. Ainsi, il faut se rabattre aux définitions les plus courantes et pertinentes :

- a) La **loi fédérale sur le tabac** définit la publicité comme suit :

« 18. (1) ... 'promotion' s'entend de la présentation, par tout moyen, d'un produit ou d'un service — y compris la communication de renseignements sur son prix ou sa distribution —, directement ou indirectement, susceptible d'influencer et de créer des attitudes, croyances ou comportements au sujet de ce produit ou service. »
- b) Le **Code canadien des normes de la publicité** définit la publicité comme suit :

« La 'publicité' se définit comme tout message (dont le contenu est contrôlé directement ou indirectement par l'annonceur) qui s'exprime dans quelque langue que ce soit et qui est diffusé par quelque média que ce soit ...² dans le but de rejoindre les Canadiens afin d'influencer leurs choix, leurs opinions ou leurs comportements. »³
- c) La **Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac** — qui a été établie par la communauté internationale, dont le Canada, et endossée par le gouvernement du Québec⁴ — définit la « publicité en faveur du tabac et promotion du tabac » comme étant :

« toute forme de communication, recommandation ou action commerciale ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac. »⁵
- d) Enfin, dans son mémoire déposé devant la Cour suprême le 19 février 2007 dans le cadre de la contestation de JTI-Macdonald contre la loi fédérale, le **Procureur général du Québec** note que la loi québécoise :

« édicte [...] en termes larges les circonstances dans lesquelles s'applique l'interdiction de faire 'toute publicité directe ou indirecte' en faveur du tabac [...] En effet, l'utilisation d'expressions générales est nécessaire pour répondre à la nature évolutive et créatrice des nouveaux outils promotionnels adoptés par les compagnies de tabac, afin d'éviter qu'ils ne servent à contourner la loi ».⁶

En somme, les définitions pertinentes de la publicité en général et plus spécifiquement de celle en faveur du tabac sont très larges et peuvent facilement inclure les activités de relations publiques effectuées par les compagnies, surtout lorsque ces dernières annoncent la mise en marché de nouveaux produits. De plus, l'article 22.2(a) de la loi fédérale considère comme étant de la publicité « les publications qui sont expédiées par le courrier et qui sont adressées à un adulte désigné par son nom »⁷, ce qui peut facilement inclure une lettre à un consommateur.

¹ **Loi sur le tabac**, Article 24, L.R.Q., chapitre T-0.01,

http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/T_0_01/T0_01.htm

² Texte manquant : « (à l'exception de ceux qui apparaissent dans la liste des médias exemptés) » ; les exemptions touchent les médias étrangers et l'emballage.

³ « Le Code canadien des normes de la publicité », Les **Normes canadiennes de la publicité**, page 1,

<http://www.adstandards.com/fr/Standards/thecode.aspx>

⁴ Décret 70-2006 concernant la déclaration du Québec de se lier à la Convention-cadre pour la lutte antitabac, (2006) 138 G.O. II, 1288.

http://www.mri.gouv.qc.ca/fr/informer/ententes/resultat.asp?type_eng=2&pays=000§eur=0&statut=0&debut=1964&fin=2006

⁵ Texte de la **Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac**, Partie I INTRODUCTION (p. 6) <http://www.tabac-info.net/NAVBAR/ACCUEIL/CCOMS.pdf>

⁶ Mémoire de l'intervenant : le **Procureur général du Québec**, *J.T.I. Macdonald c. Canada*, Cour suprême du Canada, 19 février 2007.

⁷ **Loi sur le tabac**, (1997, ch. 13), Article 22.2(a). <http://lois.justice.gc.ca/fr/T-11.5/>, <http://lois.justice.gc.ca/fr/T-11.5/page-5.html#anchorbo-ga:IV>

Ainsi, selon tout ce qui précède, nous croyons que les lettres sur l'Internet de Casa Cubana constituent des publicités en faveur du tabac et qu'elles contreviennent à la loi québécoise sur le tabac.

3) Application de la loi

Une des difficultés entourant la publicité sur l'Internet touche la faisabilité d'appliquer les lois domestiques à un média dont les frontières territoriales sont souvent floues. Cependant, dans le cas présent, les publicités sont incontestablement celles de **Casa Cubana**, « *un importateur de cigares établi en 1998 à Montréal* ». ⁸ Le site web de la compagnie indique que son siège social est situé au 275, rue Stinson, à Ville Saint-Laurent.

Nous demandons donc que le gouvernement du Québec applique la *Loi sur le tabac* afin que ces publicités soient retirées et que la compagnie soit poursuivie en vertu d'une violation de l'article 24 de la Loi. Par ailleurs, nous croyons que l'approche qui consiste à avertir les fautifs avant de sévir est une erreur. Cela invite les compagnies à enfreindre les restrictions jusqu'à ce qu'elles fassent face à un avertissement, après quoi elles se conforment aux lois. Or, dans tous ces cas, le tort est fait, la compagnie a atteint son but sans subir de conséquences, et elle peut préparer sa prochaine activité de marketing. Nous espérons donc que vous allez permettre aux amendes établies par la Loi (2 000 \$ à 300 000 \$ ou 600 000 \$ pour une récidive) de remplir leur rôle — non seulement punitif, mais surtout dissuasif —, afin d'empêcher des situations similaires.

4) Solution législative

Compte tenu des multiples violations de la Loi et de l'esprit de la Loi que nous avons documentées au cours des cinq dernières années, il est évident que les dispositions de la Loi ne sont pas assez claires. Le fait même d'avoir des restrictions au lieu d'une interdiction totale et globale de la promotion ouvre la porte aux abus par les compagnies de tabac. En effet, l'histoire de l'industrie du tabac montre que celle-ci est extrêmement habile pour déjouer les lois ou en minimiser l'impact.

Bien que le gouvernement puisse intervenir pour avertir (ou poursuivre) les compagnies fautives suite à une brèche à la Loi, il n'en demeure pas moins que, dans chaque cas, des dommages ont été causés et la santé publique est perdante.

C'est pourquoi nous réclamons le renforcement de la *Loi sur le tabac* pour qu'elle interdise toute forme de promotion du tabac, du tabagisme ou de l'industrie du tabac. Dans ce contexte, il serait utile d'énumérer dans la Loi des exemples de formes de communication qui constituent de la publicité en faveur du tabac, dont les activités de relations publiques corporatives concernant les produits – incluant celles véhiculées par l'Internet –, les témoignages des officiers corporatifs en faveur de leurs produits et la publicité au détail.

Nous espérons que vous entreprendrez rapidement les démarches nécessaires pour éliminer ces publicités et pour procéder à la révision de la *Loi sur le tabac*, et nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette plainte.

Cordialement,



Heidi Rathjen, Directrice de campagne

⁸ Casa Cubana, Communiqué de presse du 19 février 2009, Montréal. <http://www.cnw.ca/en/releases/archive/February2009/19/c2124.html>