



COALITION QUÉBÉCOISE POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

4529, rue Clark, Montréal, Québec H2T 2T3 • Tél. : (514) 598-5533 • Téléc. : (514) 598-5283 • coalition@cqct.qc.ca

Communiqué
Pour diffusion immédiate

Pendant que la cigarette électronique gagne en popularité chez les jeunes, l'initiation au tabagisme ne faiblit pas

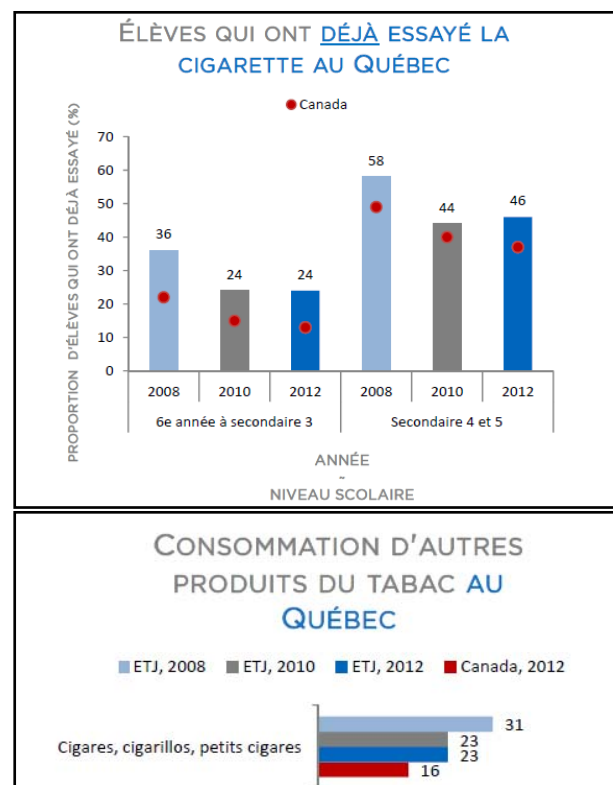
Montréal, jeudi 14 août 2014 – Les nouvelles données sur l'usage chez les jeunes des cigarettes électroniques, lorsque comparées à celles sur leur usage des cigarettes conventionnelles, renforcent les inquiétudes de la **Coalition québécoise pour le contrôle du tabac**. L'analyse des nouvelles données, dont celles dévoilées hier par la **division québécoise de la Société canadienne du cancer (SCC-Qc)**, s'ajoutent à un avis juridique du **cabinet d'avocat Fasken Martineau** attestant du fait que la promotion de la cigarette électronique peut bel et bien constituer de la promotion en faveur du tabac, soit précisément le genre de publicité qui a été interdite au fil des années afin de protéger les jeunes des influences pro-tabagiques.

« *Malgré certaines inconnues concernant leur efficacité quant à la cessation et à leur impact à long terme, la Coalition et nombre de ses partenaires reconnaissent les importants bénéfices qu'apportent la cigarette électronique aux fumeurs qui troquent la cigarette conventionnelle par celle-ci, un produit beaucoup moins nocif. Or nonobstant tous les bénéfices observables et potentiels que ces produits représentent pour les fumeurs, la popularité des cigarettes électroniques auprès des jeunes inquiète sérieusement plusieurs d'entre nous,* » explique **madame Flory Doucas, porte-parole de la Coalition**.

Juxtaposition des statistiques

Désormais, la popularité de la cigarette électronique chez les jeunes du Québec n'est plus à démontrer grâce aux nouvelles données de l'**Enquête sur le tabagisme chez les jeunes (2012-2013)** rapportées par la **SCC-Qc**ⁱ, qui montre que plus d'un élève du secondaire sur trois a déjà utilisé la cigarette électronique en 2012/13 et que cette proportion atteint 41% chez les élèves de secondaire V.

Entretemps, une analyse plus large des données de cette même enquêteⁱⁱ effectuée auprès de quelque 5000 élèves québécois montrent que la proportion d'élèves qui ont déjà essayé la cigarette conventionnelle est demeurée généralement stable entre 2010/11 et 2012/13 : elle demeure inchangée à 24 % chez les élèves plus jeunes (6^e année à secondaire III) et aurait même légèrement augmenté de 44 % à 46 % parmi les élèves du 2^e cycle du secondaire (sec. IV et V)ⁱⁱⁱ et, ce, en dépit de la présence et popularité de plus en plus importante de la cigarette électronique. Les élèves étaient également aussi nombreux en 2012/2013 qu'en 2010/2011 à avoir essayé les produits du cigare, soit 23 % des élèves (6^e année – sec. V).^{iv}



« Nous pouvons maintenant constater que la popularité de la cigarette électronique chez les jeunes n'a pas été accompagnée d'une réduction de l'initiation au tabagisme chez les enfants et les adolescents, » explique **madame Doucas**. « Les données indiquent que l'usage de la cigarette électronique s'est ajouté à la problématique du tabagisme chez les jeunes, plutôt que de l'alléger. En l'absence de bénéfices observables en lien avec l'initiation au tabagisme, les risques pour la santé des jeunes deviennent plus évidents, qu'il s'agisse du risque de développer une dépendance avec la version avec nicotine, ou du fait que des dizaines de milliers d'enfants et d'adolescents québécois 'jouent au fumeur', banalisant et favorisant ainsi le tabagisme. »

Nécessité d'un encadrement législatif clair et cohérent, notamment au niveau de la publicité

La popularité de la cigarette électronique chez les jeunes augmente alors qu'il existe peu ou pas de contrôles sur la vente, l'usage et la promotion de ces dispositifs. En fait, il existe présentement un flou réglementaire dont bénéficie l'industrie de la cigarette électronique avec nicotine: alors que la vente et la promotion de ces appareils sont officiellement interdites par **Santé Canada**, elles sont en pratique généralement tolérées.

« En l'absence d'un encadrement réglementaire précis et appliqué, il est raisonnable de craindre que la même approche de 'laissez-faire réglementaire' manifestée à l'égard de la vente illégale s'applique également au marketing, » explique **la porte-parole**. « Le danger, c'est que certaines de ces publicités puissent simultanément faire la promotion du tabagisme. » L'**Institut national de santé publique du Québec** a déjà précisé que le marketing des cigarettes électroniques risque de banaliser l'usage de la cigarette conventionnelle, pouvant même agir en tant que promotion du tabagisme auprès des jeunes en minant « les efforts de dénormalisation des produits du tabac menés depuis plusieurs années ».

« Bien que la publicité pour les cigarettes électronique soit relativement discrète au Québec pour le moment, il est envisageable qu'elle puisse rapidement évoluer vers la prolifération et le genre de publicités ayant déjà envahi d'autres juridictions, comme les États-Unis. » (Cliquez ci-contre pour agrandir :)



Préoccupée par cet enjeu, la **Coalition** a demandé au **cabinet d'avocats Fasken Martineau** d'examiner diverses publicités (provenant surtout des États-Unis) pour des cigarettes électroniques à la lumière de la Loi sur le tabac du Québec et de la jurisprudence à l'égard de la promotion pro-tabagique. Dans [leur avis](#), les avocats constatent que certaines publicités de cigarettes électroniques peuvent bel et bien être visées par des dispositions relatives à la publicité interdite par la Loi sur le tabac, puisque cette loi interdit l'imagerie et les symboles qui favorisent le tabagisme même si ces éléments ne sont pas, au sens strict, des produits ou des marques de tabac. Par ailleurs, ils soulignent que la **Cour suprême** a constaté l'usage de longue date par les cigarettiers de promotion indirecte,

notamment de type « style de vie », pour tenter de rendre attrayant l'usage des produits du tabac. À l'égard des publicités de cigarettes électroniques analysées, la firme conclut ainsi^v :

1. *La publicité relative à la cigarette électronique semble notamment avoir comme effet de faire la promotion des produits du tabac, puisque le mot « cigarette » renvoie directement aux produits du tabac.*
2. *L'emploi du mot « cigarette » conjugué à la forme de la cigarette électronique nous apparaît constituer un exemple d'« images déjà acquises » et, en ce sens, il s'agirait d'une publicité indirecte au sens des articles 24 (3) et 24.1 de la Loi.*
3. *Le graphisme et la forme longiligne de la « cigarette » électronique, similaire à celle de la cigarette traditionnelle, conjugués à la volute de vapeur produite ressemble à celle de la fumée d'une cigarette apparaissent constituer une référence au style de vie associé à la cigarette et, à vrai dire, à la cigarette elle-même et pourraient donc être visés par les articles 24 (3) et 24.1 de la Loi.*

Revendications

Tout comme de nombreux autres groupes de santé, la **Coalition** réclame l'assujettissement de la cigarette électronique à la Loi sur le tabac du Québec. Les parents de jeunes enfants pourront ainsi être rassurés comme quoi : ► la vente aux mineurs de ces dispositifs sera interdite, ► leur promotion ne favorisera pas le tabagisme, et ► son usage sera interdit à l'école et dans les autres endroits où l'usage de la cigarette est interdit. Ces mesures n'auraient pas pour effet de prévenir la vente de cigarettes électroniques aux fumeurs adultes qui souhaiteraient s'en procurer.

« En somme, nous prônons un cadre réglementaire qui, tout en permettant aux fumeurs adultes de se procurer des cigarettes électroniques, évite la création d'un environnement susceptible de faire contrepoids aux efforts de lutte contre le tabac, surtout auprès des jeunes. Entretemps, la science poursuivra son œuvre afin de mieux connaître l'efficacité et la sécurité des cigarettes électronique, et la réglementation pourra éventuellement être mieux adaptée en fonction de celle-ci, » conclut **madame Doucas**.

- 30 -

Renseignements : Flory Doucas, tél. : 514 598-5533 ; cell. : 514 515-6780 (entrevues le 14 août).

Dre Geneviève Bois : (entrevues à partir du samedi 16 août) 514-602-2508.

Fondée en 1996, la **Coalition québécoise pour le contrôle du tabac** représente quelque 470 organisations québécoises — associations médicales, ordres professionnels, municipalités, hôpitaux, écoles, commissions scolaires, etc. — qui appuient une série de mesures destinées à réduire le tabagisme et ses conséquences. Ses principaux objectifs incluent prévenir l'initiation au tabagisme, favoriser l'abandon, protéger les non-fumeurs contre la fumée secondaire et obtenir un cadre législatif qui reflète la nature néfaste et toxicomanogène du tabac.

« Une initiative parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec » 

ⁱ Société canadienne du cancer, Division du Québec, communiqué, 13 août 2014. <http://www.cancer.ca/fr-ca/about-us/for-media/media-releases/quebec/2014/electronic-cigarette-study/?region=qc>

ⁱⁱ Centre Propel de l'Université de Waterloo, « Enquête sur le tabagisme chez les jeunes 2012-2013 », juin 2014. Résultats : http://www.hc-sc.gc.ca/hc-ps/tobac-tabac/research-recherche/stat/_survey-sondage_2012-2013/table-fra.php ; rapports provinciaux : <https://uwaterloo.ca/canadian-student-tobacco-alcohol-drugs-survey/information-researchers/reports>

ⁱⁱⁱ Centre Propel de l'Université de Waterloo, « Enquête sur le tabagisme chez les jeunes 2012-2013 », juin 2014. « Profil des résultats du Québec », page 2. https://uwaterloo.ca/canadian-student-tobacco-alcohol-drugs-survey/sites/ca.canadian-student-tobacco-alcohol-drugs-survey/files/uploads/files/yss12_qc_provincial_profile_printable_fr_20140612.pdf

^{iv} Centre Propel de l'Université de Waterloo, « Enquête sur le tabagisme chez les jeunes 2012-2013 », juin 2014. « Profil des résultats du Québec », page 7. https://uwaterloo.ca/canadian-student-tobacco-alcohol-drugs-survey/sites/ca.canadian-student-tobacco-alcohol-drugs-survey/files/uploads/files/yss12_qc_provincial_profile_printable_fr_20140612.pdf

^v Fasken Martineau, « Document de réflexion préliminaire sur la publicité relative à la cigarette électronique », 16 août 2013. http://cqct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2013/OPIN_13_08_16_FASKEN_Legalite_Publicite_ECigarette.pdf