



information



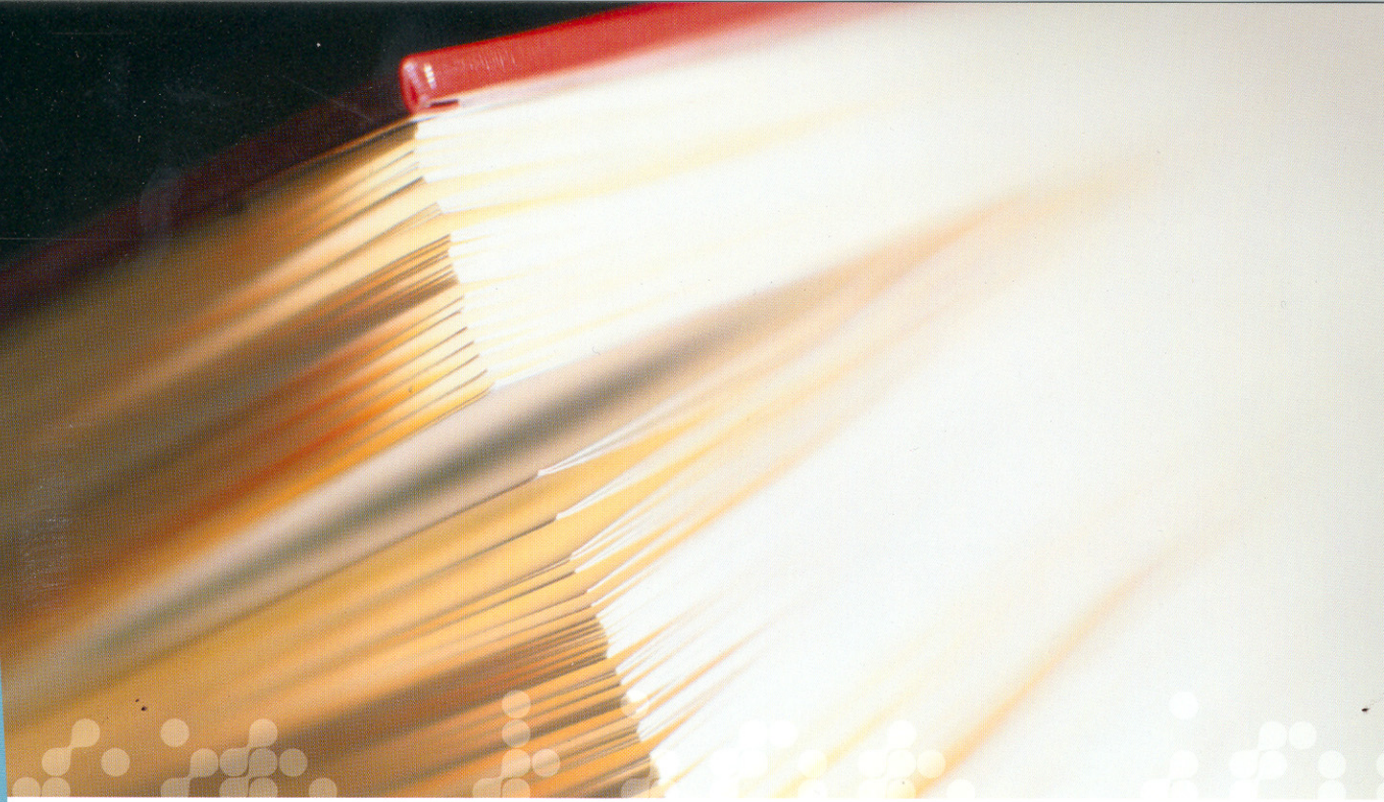
formation



recherche



*coopération
internationale*



MÉMOIRE
CONCERNANT LES PROJETS DE RÈGLEMENTS
PORTANT SUR LA LOI SUR LE TABAC

INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC

MÉMOIRE
CONCERNANT LES PROJETS DE RÈGLEMENTS
PORTANT SUR LA LOI SUR LE TABAC

I. RÈGLEMENT D'APPLICATION DE LA LOI SUR LE TABAC

II. RÈGLEMENT SUR LA MISE EN GARDE ATTRIBUÉE AU MINISTRE DE LA SANTÉ ET
DES SERVICES SOCIAUX ET PORTANT SUR LES EFFETS NOCIFS DU TABAC SUR LA SANTÉ

DIRECTION DÉVELOPPEMENT DES INDIVIDUS ET DES COMMUNAUTÉS

AVRIL 2008

AUTEURE

Michèle Tremblay, médecin-conseil
Institut national de santé publique du Québec

AVEC LA COLLABORATION DE

Hélène Poirier, agente de planification et de programmation sociosanitaire
Institut national de santé publique du Québec

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php>, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

DÉPÔT LÉGAL – 2^e TRIMESTRE 2008
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA
ISBN : 978-2-550-52785-5 (VERSION IMPRIMÉE)
ISBN : 978-2-550-52786-2 (PDF)

©Gouvernement du Québec (2008)

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	1
1 RÈGLEMENT D'APPLICATION DE LA LOI SUR LE TABAC	2
1.1 Produits ne contenant pas de tabac et destinés à être fumés	2
1.2 Affichage dans un point de vente/Publications spécialisées portant sur le tabac/Publicité dans un journal ou un magazine écrit.....	3
1.3 Interdiction de vendre moins de dix portions unitaires de tabac	4
2 RÈGLEMENT SUR LA MISE EN GARDE ATTRIBUÉE AU MINISTRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX ET PORTANT SUR LES EFFETS NOCIFS DU TABAC SUR LA SANTÉ	6
CONCLUSION	8
RÉFÉRENCES.....	9

INTRODUCTION

L'usage du tabac est responsable de 10 000 décès chaque année au Québec, de 36 000 au Canada et de 5 millions dans le monde (Rhem, 2006; OMS 2006). Il a été démontré qu'un fumeur sur deux décède de sa toxicomanie et que les fumeurs perdent en moyenne dix ans d'espérance de vie (Doll, 2004).

Lorsque les effets néfastes des produits du tabac ont commencé à être connus par la communauté scientifique dans les années soixante, environ la moitié de la population du Québec fumait. Or, en 2007, deux Québécois sur dix faisaient usage du tabac (Statistique Canada, 2007). Cette réduction de la prévalence est due à une panoplie d'interventions complémentaires mises en place principalement au cours des vingt dernières années : campagnes médiatiques, mesures éducatives, services d'abandon du tabac, hausses des taxes et législation en 1998 et en 2005.

Le 5 mars 2008, deux projets de règlements en regard de la Loi sur le tabac étaient déposés à la Gazette officielle du Québec : le Règlement d'application de la Loi sur le tabac et le Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la Santé et des Services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé. Ces deux projets de règlements viennent préciser certains aspects de la Loi sur le tabac adoptée à l'unanimité en juin 2005.

L'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ), organisme gouvernemental créé en 1998 par voie législative, vise à être le centre d'expertise et de référence en matière de santé publique au Québec. En 2005, nous avons rédigé deux mémoires relatifs à la Loi sur le tabac et, à la demande du ministère de la Santé et des Services sociaux, nous avons présenté nos recommandations à la Commission des affaires sociales. C'est avec plaisir que nous vous faisons part de notre position sur les deux projets de règlements déposés en mars 2008.

1 RÈGLEMENT D'APPLICATION DE LA LOI SUR LE TABAC

Loi sur le tabac

(L.R.Q., c. T-0.01, a. 19, a. 25, par. 1^o, 2^o et 4^o et a. 29.1)

1.1 PRODUITS NE CONTENANT PAS DE TABAC ET DESTINÉS À ÊTRE FUMÉS

L'article 1 du Règlement d'application de la Loi sur le tabac mentionne que devrait être « assimilé à du tabac, tout produit ne contenant pas de tabac et qui est destiné à être fumé ».

Il existe très peu de publications scientifiques sur les produits sans tabac destinés à être fumés et sur leurs effets sur la santé. Un article publié en 2007 par Chen et ses collègues traite de cigarettes à base d'herbes en provenance d'Asie, principalement de Chine (Chen, 2007). Des vingt-trois sortes de cigarettes aux herbes identifiées, seulement quatre ne contenaient que des herbes, la plupart d'entre elles étant composées d'herbes et d'extraits de feuilles de tabac (Chen, 2007). Bien que certaines personnes allèguent que ces cigarettes seraient moins nocives pour la santé que les produits du tabac et qu'elles pourraient même être des aides pour cesser de fumer, il n'existe pas un nombre suffisant d'études pour corroborer de telles affirmations. En effet, une seule étude menée en Corée a révélé que les cigarettes aux herbes sans tabac étaient aussi efficaces que les timbres de nicotine pour aider les fumeurs à renoncer au tabac (Chen, 2007). Certaines de ces cigarettes pourraient toutefois avoir des effets dommageables au niveau cardiovasculaire (Chen, 2007). Par ailleurs, une étude réalisée par Santé Canada a démontré que le contenu et la concentration des émissions toxiques des cigarettes aux herbes sans nicotine disponibles au Canada en 1996 étaient similaires à celles des cigarettes régulières, exception faite de la nicotine (Levasseur, 2007).

Il existerait sur le marché canadien de la shisha sans tabac (Communication personnelle, Agence des services frontaliers du Canada, mars 2008). Toutefois, nous n'avons pas trouvé de littérature scientifique sur ce produit. Les articles traitant de la shisha contenant du tabac (pipe à eau) indiquent l'urgence de faire davantage de recherche sur ce produit du tabac très populaire en Asie et en Inde, en particulier chez les femmes. Ce type de produits est perçu comme moins dangereux pour la santé que les cigarettes régulières en raison de la « purification » de la fumée de tabac, lors de son passage dans l'eau, avant d'être inhalée (Maziak, 2004; Neergaard, 2007). Il existerait certaines indications à l'effet que l'usage de la pipe à eau pourrait causer des maladies pulmonaires, cardiaques et des complications reliées à la grossesse (Maziak, 2004).

Ces nouveaux produits sans tabac destinés à être fumés, en circulation au Canada depuis quelques années, pourraient être perçus comme moins dommageables pour la santé et ainsi être particulièrement attrayants. Les émissions toxiques de certains de ces produits et l'absence de données épidémiologiques solides sur leur innocuité nous incitent toutefois à la prudence. De plus, dans le contexte actuel d'application de la Loi sur le tabac, il pourrait être difficile pour les inspecteurs de faire la distinction entre une cigarette régulière et une

cigarette aux herbes ne contenant pas de tabac de même qu'entre de la shisha avec tabac et de la shisha sans tabac. Ces motifs nous amènent donc à appuyer, tel que rédigé, l'article 1 du Règlement d'application de la Loi sur le tabac.

1.2 AFFICHAGE DANS UN POINT DE VENTE/PUBLICATIONS SPÉCIALISÉES PORTANT SUR LE TABAC/PUBLICITÉ DANS UN JOURNAL OU UN MAGAZINE ÉCRIT

Les articles 2, 3 et 5 du Règlement d'application de la Loi sur le tabac décrivent les modalités d'affichage des publicités sur le tabac ainsi que les modalités d'étalage des publications spécialisées sur le tabac dans un point de vente. L'article 4 propose des précisions quant à la publicité dans un journal ou un magazine écrit. Ces quatre articles visent donc l'encadrement de la promotion des produits du tabac dans les points de vente et dans les journaux ou magazines écrits.

En février 2005, l'INSPQ recommandait une interdiction totale de la promotion des produits du tabac, à l'instar d'organismes reconnus comme l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et la Banque Mondiale qui préconisent de sévères restrictions ou une interdiction totale de toutes formes de publicité, de promotion ou de parrainage des produits du tabac (Guérin, 2005). La Loi sur le tabac adoptée en juin 2005 fut une avancée significative dans ce sens en interdisant la vente de tabac dans les lieux où il est interdit de fumer, dans les centres de loisirs et les arénas, en réduisant le nombre de points de vente et en interdisant l'étalage des produits du tabac dans les points de vente. Plusieurs arguments sont à l'origine de l'adoption de cette dernière mesure (Tremblay, 2005) :

- l'association de la promotion des produits du tabac dans les points de vente à l'initiation au tabagisme chez les adolescents (Henricksen, 2004; Slater, 2007; Lovato, 2007);
- l'achat impulsif de produits du tabac chez de nombreux clients fumeurs (Tilson, 2004; Wakefield, 2007);
- le déclenchement de fortes envies d'acheter des produits du tabac chez plusieurs ex-fumeurs récents à la vue d'un étalage de produits du tabac (Wakefield, 2007);
- le fait que l'exposition massive des cigarettes dans les points de vente transmette l'impression que le tabagisme est plus répandu qu'il ne l'est en réalité;
- l'image faussement bénigne des produits du tabac exposés à côté des friandises.

Or, bien que les produits du tabac ne seront plus visibles dans les points de vente à partir du 31 mai prochain, il est essentiel d'éviter que les immenses murs d'étalage sophistiqués de produits du tabac soient remplacés par des images, des affiches tout aussi imposantes, colorées et attrayantes pour les jeunes et suscitant chez les fumeurs et les ex-fumeurs l'achat impulsif de produits du tabac. Bien qu'il n'existe pas de littérature scientifique nous permettant de déterminer les critères précis d'encadrement de la publicité, nous croyons que les balises imposées quant à la taille de la publicité (superficie maximale de 3 600 cm²), à la couleur (noir et blanc seulement), et aux effets (aucun relief, aucun effet lumineux, sonore ou autre pour attirer l'attention du public sur la publicité) sont raisonnables et qu'elles permettront de limiter l'exposition de la population à la publicité des produits du tabac dans les points de vente. Toutefois, nous croyons que la taille suggérée de la publicité pourrait

être révisée à la baisse, à l'instar de cinq autres provinces canadiennes qui imposent une superficie maximale de 968 cm².

Les restrictions relatives à l'étalage des publications spécialisées portant sur le tabac dans les points de vente et à la publicité dans les journaux ou magazines écrits s'inscrivent dans cette même logique. Nous croyons que ces mesures sont tout à fait justifiées et qu'elles contribueront à prévenir l'usage du tabac chez les jeunes Québécois, ceux-ci étant particulièrement influencés par le marketing et la publicité des produits du tabac (Lalonde, 2004; Jacobson 2001).

Nous profitons de l'occasion pour vous faire part de notre préoccupation concernant la sollicitation directe de la part des employés aux points de vente qui offriraient des produits du tabac à des consommateurs potentiels. Certains articles publiés récemment dans les quotidiens québécois laissent présager que cela pourrait être une nouvelle forme de promotion et nous encourageons fortement le gouvernement à examiner cette problématique émergente.

1.3 INTERDICTION DE VENDRE MOINS DE DIX PORTIONS UNITAIRES DE TABAC

Selon l'article 6 du Règlement d'application de la Loi sur le tabac, il serait interdit de « vendre un produit du tabac autrement que dans un emballage contenant au moins 10 portions unitaires de ce produit ». Cette interdiction ne s'appliquerait pas à « un emballage de tabac ou à une portion unitaire de tabac vendu à un coût supérieur à 5 \$ ».

L'objectif de cet article est de prévenir le tabagisme chez les jeunes en limitant l'accès aux produits du tabac à un prix que peuvent se permettre les jeunes comme c'est le cas présentement. Il est en effet possible de se procurer, par exemple, un seul cigarillo pour moins de 2 \$. Or, les données de la plus récente enquête menée chez les élèves du secondaire au Québec indiquent que la consommation du cigare/cigarillo/petit cigare a augmenté de façon importante entre les années 2002 et 2006 (de 15 % à 22 %), alors que l'usage de la cigarette poursuivait une baisse amorcée en 2000 (de 29 % à 15 %) (Dubé, 2007). Par ailleurs, il est reconnu que le prix des produits du tabac a un impact sur la consommation, et ce, de façon plus marquée chez les jeunes : une augmentation de 10 % du prix des produits du tabac entraînerait une baisse de 8 à 13 % de la consommation chez les jeunes et de 4 % chez les adultes (Lalonde, 2004).

Le fait d'obliger la vente de produits du tabac en emballage de dix portions permettrait également d'y apposer les messages retrouvés sur les paquets de cigarettes. Le consommateur pourrait croire, à tort, qu'en l'absence d'informations sur les effets de ces produits du tabac sur la santé, ils sont une alternative « sécuritaire » à la cigarette. L'expérience des cinquante dernières années nous a en effet appris que les fumeurs tiennent à leur santé et qu'ils recherchent des produits du tabac promus comme moins nocifs pour la santé tels que les cigarettes avec filtres ou les cigarettes légères (OMS, 2006).

Devant un certain engouement mondial pour des produits du tabac fumés ou oraux en provenance d'Asie, du Moyen-Orient, ou de Suède, comme les « bidis » ou le « snus », et du fait que ceux-ci sont perçus comme moins dommageables pour la santé, il nous apparaît

judicieux de réglementer dès maintenant leur venue sur le marché québécois. D'ailleurs, l'OMS met en garde les décideurs face à la promotion de nouveaux produits du tabac dont on ne connaît pas l'innocuité à long terme et déclare que « ... en l'absence de données épidémiologiques solides, toute allégation de réduction des risques doit être considérée comme douteuse » (OMS, 2006).

Bien que nous soyons en accord avec cet article du Règlement d'application de la Loi sur le tabac, nous suggérons toutefois trois modifications :

- tout produit du tabac devrait être vendu dans un emballage contenant au moins dix portions unitaires de tabac, à l'exception des cigarillos;
- les cigarillos devraient cependant être vendus dans un emballage de vingt comme les cigarettes étant donné qu'ils s'apparentent à celles-ci et qu'ils sont devenus très populaires chez les jeunes;
- tout produit du tabac devrait comporter sur son emballage un message percutant sur les effets sur la santé.

Par ailleurs, dans un souci de rendre moins accessibles financièrement les produits du tabac, en particulier chez les jeunes, il nous apparaît essentiel que les taxes sur ces produits soient haussées de façon régulière tout en s'assurant de contrôler le phénomène de la contrebande.

2 RÈGLEMENT SUR LA MISE EN GARDE ATTRIBUÉE AU MINISTRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX ET PORTANT SUR LES EFFETS NOCIFS DU TABAC SUR LA SANTÉ

Loi sur le tabac
(L.R.Q., c. T-0.01, a. 25.1)

Ce règlement propose trois types de mises en garde du ministre de la Santé devant être intégrées dans toute publicité diffusée dans un journal ou un magazine écrit dont au moins 85 % du lectorat est constitué d'adultes. Ces mises en garde véhiculeraient trois messages percutants : « Fumer tue » - « Fumer cause 85 % des cancers du poumon » - « Fumer tue 10 000 personnes par année au Québec ». Ces messages seraient accompagnés du numéro de la ligne téléphonique québécoise *j'Arrête* qui offre soutien et conseils aux fumeurs désirant renoncer au tabac.

Étant donné qu'il est encore possible pour les compagnies de tabac de publiciser leurs produits dans des médias écrits destinés principalement aux adultes de plus de 18 ans, il est essentiel de contrebalancer cette promotion en incorporant des mises en garde justes sur les effets de la consommation de ces produits : les produits du tabac tuent chaque jour plus de 25 Québécois! Cette action poursuit le même objectif que les messages retrouvés sur les paquets de cigarettes au Canada depuis 2000 : sensibiliser les fumeurs aux effets néfastes du tabac sur la santé, les faire réfléchir à la possibilité de cesser de fumer et les inciter à renoncer au tabac. Par ailleurs, de telles mises en garde permettraient également de rejoindre une clientèle mineure qui a tout de même accès aux publications qui ne leur sont pas destinées et qui se retrouvent dans leur domicile ou dans les lieux publics.

Une des études les plus récentes sur les mises en garde sur les paquets de cigarettes a été réalisée au cours des années 2002-2005 dans quatre pays : le Canada, l'Australie, les États-Unis et l'Angleterre. Les résultats indiquent que :

- plus les messages sont proéminents plus ils sont remarqués par les fumeurs;
- les messages auraient fait réfléchir plus du tiers des fumeurs canadiens à l'abandon du tabac;
- 10 % des fumeurs canadiens auraient cessé de fumer suite à la lecture de ces messages;
- des messages accompagnés d'images percutantes seraient plus efficaces que les messages seuls;
- enfin, les messages semblent perdre de leur efficacité avec le temps, d'où la recommandation des chercheurs de les renouveler de façon périodique (Hammond, 2007).

C'est pourquoi nous appuyons totalement ce projet de règlement qui, de surcroît, publicise la ligne téléphonique *j'Arrête*, une ressource gratuite et accessible à tout fumeur qui désire de l'information et du soutien pour cesser de fumer.

Nous croyons toutefois que le ministre devrait envisager la possibilité de renouveler les messages sur une base régulière et devrait aussi les accompagner d'images percutantes. À cet effet, la démarche entreprise par Santé Canada il y a quelques années pour le renouvellement des messages et des images à paraître sur les paquets de cigarettes pourrait s'avérer extrêmement utile. De nombreuses consultations d'experts et plusieurs groupes de discussion avec des fumeurs de tout âge ont en effet été réalisés à travers le pays pour valider à la fois les messages et les images.

CONCLUSION

Bien que l'usage du tabac ait diminué de façon importante depuis les vingt dernières années, il demeure encore pertinent de rappeler au million de Québécois fumeurs le nombre extrêmement élevé de décès attribués au tabac : plus de 10 000 décès chaque année. L'INSPQ appuie sans réserve les deux projets de règlements déposés le 5 mars 2008. Ceux-ci vont dans le même sens que l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS qui traite de la publicité, de la promotion et du parrainage en faveur du tabac.

Nous encourageons toutefois le ministre à envisager certaines modifications à ces deux projets de règlements :

- réviser à la baisse la superficie maximale de la publicité des produits du tabac dans les points de vente de 3600 cm² à 968 cm²;
- interdire toute vente de produits du tabac dans un emballage ne contenant pas au moins dix portions unitaires de tabac, à l'exception des cigarillos;
- interdire la vente de cigarillos dans un emballage contenant moins de vingt portions unitaires;
- s'assurer que tout emballage de produits du tabac comporte un message percutant sur les effets sur la santé;
- accompagner d'images percutantes les mises en garde du ministre prévues pour les publicités des produits du tabac dans les journaux ou magazines écrits;
- envisager le renouvellement de ces mises en garde sur une base régulière.

L'Institut se réjouit de cette initiative visant à mettre en place des mesures additionnelles qui contribueront à améliorer la santé de tous les Québécois et Québécoises et nous encourageons leur adoption rapide.

RÉFÉRENCES

- Chen A, Glantz S, Tong E (2007). Asian herbal-tobacco cigarettes: "not medicine but less harmful?". *Tobacco Control*;16;3-doi:10.1136/tc.2006.016568
- Doll R, Peto R, Boneham J et coll. (2004). Mortality in relation to smoking: 50 years' observations on male British doctors. *British Medical Journal*. Vol. 328 (7455), p. 1519-1533.
- Dubé G et coll. (2007). Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2006, Québec, Institut de la statistique du Québec. 188 p.
- Guérin D, Tremblay M, Kabengele M et coll. (2005). Révision de la loi sur le tabac. Mémoire présenté au Ministère de la Santé et des Services sociaux. Institut national de santé publique du Québec. 56 p.
- Jacobson PD, Lantz PM, Warner KE, Wasserman J, Pollack HA, Ahlstrom AK (2001). *Combating teen smoking: research and policy strategies*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings M, Mc Neil A, Driezen, P (2007). Text and graphic warnings on cigarette packages – Findings from the international tobacco control four country study. *Am J Prev Med* ; 32 (3): 210-17
- Henricksen L, Feoghery EC, Wang Y, Fortmann SP (2004). Association of retail tobacco marketing with adolescent smoking. *American Journal of Public Health*; 94(12):2181-83.
- Lalonde M, Heneman B (2004). *La prévention du tabagisme chez les jeunes*. Institut national de santé publique du Québec. 187 p.
- Levasseur G, Kaiserman MJ (2007). *Less hazardous : fact or fiction ? The Canadian experience*. Health Canada. 61st Tobacco Science Research Conference. Chatlotte, USA.
- Lovato C Y, Hsu H CJ, Sabiston C M, Hadd V, Nykiforuk C IJ (2007). Tobacco point-of purchase marketing in school neighbourhoods and school smoking prevalence. *Canadian Journal of Public Health*; 98 (4): 265-70.
- Maziak W, Ward KD, Afifi Soweid RA, Eussenberg T (2004). Tobacco smoking using a waterpipe: a re-emerging strain in a global epidemic. *Tobacco Control*; 13:327-33.
- Neergaard J, Singh P, Job J, Montgomery S (2007). Waterpipe smoking and nicotine exposure: a review of the current evidence. *Nicotine and Tobacco Research*; 9 (10): 987-94.
- Organisation Mondiale de la Santé (2006). *Le tabac : mortel sous toutes ses formes*. 45 p.

- Rehm J, Baliunas D, Brochu S et coll. (2006). The cost of substance abuse in Canada 2002. Ottawa : Canadian Centre on Substance Abuse. 131 p.
- Slater SJ, Chaloupka FJ, Wakefield M, Johnston LD, O'Malley PM (2007). The impact of retail cigarette marketing practices on youth smoking uptake. Arch Pediatr Adolesc Med : 161 (5): 440-5
- Statistique Canada (2007). - Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada, cycle 1. Février Juin 2007.
- Tilson M (2004). Restrictions on the retail display of tobacco products. Policy analysis prepared for Smoke-free Nova Scotia.
- Tremblay M, Gervais A (2005). Projet de loi no 112, loi modifiant la Loi sur le tabac et d'autres modifications législatives. Mémoire présenté à la commission des affaires sociales. Institut national de santé publique du Québec.16 p.
- Wakefield M, Germain D, Henriksen L (2007). The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase. Addiction ; 103:322-38.

