

Réponse de l'AMC :

CONSULTATION DE SANTÉ CANADA
AU SUJET DU PROJET DE
RÈGLEMENT SUR LA PROMOTION
DES PRODUITS DE VAPOTAGE

20 janvier 2020

Depuis 1867, l'Association médicale canadienne est la porte-parole nationale de la profession médicale au Canada. Nous travaillons avec les médecins en exercice, les médecins résidents et les étudiants en médecine sur des enjeux d'importance pour la profession et la santé de la population canadienne. Nous préconisons des politiques et des programmes qui suscitent des changements importants pour les médecins et leurs patients.

L'Association médicale canadienne (AMC) est heureuse de pouvoir répondre à l'avis publié dans la Partie I de la *Gazette du Canada* pour inviter les parties concernées à se prononcer sur le projet de *Règlement sur la promotion des produits de vapotage* que propose Santé Canada et qui « (1) interdirait la promotion des produits de vapotage et des éléments de marque d'un produit de vapotage au moyen de publicités pouvant être vues ou entendues par des jeunes, y compris l'exposition de produits de vapotage aux points de vente où ils peuvent attirer le regard des jeunes; (2) exigerait que toutes les publicités sur le vapotage comportent une mise en garde à propos des dangers pour la santé liés à l'usage de produits de vapotage¹ ».

Les médecins du Canada, qui tous les jours dans l'exercice de leur profession, sont témoins des effets dévastateurs du tabagisme, travaillent depuis des dizaines d'années pour un Canada sans fumée. L'AMC a diffusé sa première mise en garde publique sur les dangers du tabac en 1954 et préconise depuis ce temps les mesures les plus rigoureuses possible pour en contrôler l'usage.

L'AMC a toujours appuyé, et continue d'appuyer, une loi robuste et exhaustive pour réglementer le tabac, adoptée et appliquée par tous les ordres de gouvernement. Cette réglementation inclut la cigarette électronique. Notre façon d'aborder les produits de tabac et de vapotage repose sur une politique de santé publique. Nous sommes d'avis que pour réduire la prévalence du tabagisme, il incombe aux gouvernements du Canada de continuer à travailler à des stratégies antitabac exhaustives, coordonnées et efficaces qui visent aussi les produits de vapotage.

Introduction

Il est impératif que la réglementation concernant la promotion des produits de vapotage soit resserrée le plus tôt possible. L'AMC est d'avis que le projet de règlement de Santé Canada constitue un pas dans la bonne direction, mais qu'il ne s'agit là que des premières étapes du travail réglementaire, politique et de santé publique nécessaire pour lutter efficacement contre les préjudices associés au vapotage.

Le vapotage comporte en effet ses propres risques. De plus en plus d'études démontrent les dangers associés à la cigarette électronique, surtout pour les adolescents et les jeunes adultes. Les cas de lésions pulmonaires liées à l'utilisation de la cigarette électronique, ou vapotage, enregistrés aux États-Unis et, dans une moindre mesure, au Canada dénotent les dangers de ces produits. Les Centers for Disease Control and Prevention (CDC) ont signalé qu'au 7 janvier 2020, on avait recensé 2 602 personnes ayant été hospitalisées pour de telles lésions et que, jusqu'à présent, 57 en étaient décédées. Ces données ont été recueillies auprès des 50 États américains, du District de Columbia et de deux territoires américains (Porto Rico et les îles Vierges américaines)². Dans une mise à jour de leur *Rapport hebdomadaire sur la morbidité et la mortalité*, les CDC auraient précisé que « les personnes plus jeunes étaient associées de façon importante à l'obtention auprès de sources informelles de produits contenant du THC ou de la nicotine³ ». Le rapport se termine avec l'avertissement suivant : « Indépendamment de l'enquête en cours, la cigarette électronique ou les produits de vapotage ne devraient jamais être utilisés par les adolescents, les jeunes adultes ou les femmes enceintes³. » Au Canada, au 7 janvier 2020, l'Agence de la santé publique du Canada avait reçu le signalement de 15 cas de maladies pulmonaires graves associées au vapotage⁴.

Par ailleurs, d'après un récent sondage de l'Institut Angus Reid, vu le nombre de mises en garde rendues publiques, la population canadienne s'interroge de plus en plus sur l'innocuité du vapotage⁵. Le sondage a aussi permis de constater que le nombre de personnes pensant que le vapotage fait plus de mal que de bien est passé de 35 % en 2018 à 62 % en 2019⁵. De plus, 17 % des parents d'enfants âgés de 19 ans ou moins ont affirmé que leurs enfants vapotent ou ont essayé le vapotage. De ces parents, 92 % considèrent qu'il s'agit d'une activité nocive⁵. Parallèlement, 90 % des sondés sont favorables à « l'interdiction d'installer des publicités pour des produits de vapotage dans les lieux fréquentés par des jeunes, comme dans les abribus et les parcs de même que dans les médias sociaux⁵ ». Étant donné que l'inquiétude gagne du terrain, un resserrement de la réglementation s'impose.

Malheureusement, le gouvernement accuse toujours du retard face à la prolifération du vapotage et à l'industrie connexe. Pour que le resserrement de la réglementation soit efficace, Santé Canada devra rehausser ses mesures de surveillance et d'application de la Loi.

Le présent document concerne le projet de règlement ainsi que d'importantes questions que ce dernier n'aborde pas, comme les concentrations de nicotine et les arômes. À ces égards, nous avons fait état de nos préoccupations lors de consultations antérieures et les réitérerons ci-dessous.

Promotion des produits de vapotage

L'AMC reconnaît l'intention de Santé Canada de resserrer la réglementation, mais juge son projet insuffisant. C'est pourquoi nous réitérons notre position de longue date selon laquelle il faut appliquer à la promotion de tous les produits et dispositifs de vapotage les mêmes restrictions qu'aux produits de tabac^{6,7}. Le projet de règlement confère à l'industrie du vapotage une latitude bien trop grande en ce qui concerne ses activités de promotion, et cette latitude n'assure pas la protection des jeunes. Comme nous l'avons précisé dans notre réponse à la consultation de Santé Canada au sujet de l'impact de la publicité des produits de vapotage sur les jeunes et les non-utilisateurs de produits de tabac, les publicités permises jusqu'à présent semblent avoir réussi à atteindre les jeunes même si, selon ce qu'on soutient, ils n'en étaient pas la cible^{7,8}. Nous avons recommandé que les publicités de vapotage soient interdites dans les espaces publics, les médias électroniques et les publications en tout genre sans aucune exception. L'AMC réitère cette recommandation⁷.

Grâce à diverses méthodes utilisées jusqu'à présent, l'industrie du vapotage a réussi à piquer l'intérêt d'un nombre croissant d'adolescents et de jeunes adultes. Elle trouvera assurément de nouvelles façons de promouvoir ses produits, notamment en passant par de populaires médias sociaux^{9,10,11,12}. En effet, « dans ses six premiers mois sur le marché, JUUL[®] avait manifestement ciblé les jeunes avec ses images publicitaires. Dans les deux ans et demi qui ont suivi, son approche était plus subtile; or, ses publicités étaient largement diffusées dans les médias sociaux, qui sont très fréquentés par les jeunes. Le tout était mis en relief grâce à des mots-clics et à des influenceurs et affiliés rémunérés¹⁰ ».

À la lumière d'événements récents, il est évident que l'industrie du vapotage redouble d'efforts pour contourner les restrictions de marketing adoptées ailleurs. Par exemple, une étude américaine a levé le voile sur une technique de marketing de cigarettes électroniques qui s'allie à la promotion de bourses d'études¹³. L'étude américaine a relevé 40 bourses d'une valeur allant de 300 \$ à 5 000 \$ (dollars américains) offertes par 21 entités (fabricants, sites de commentaires sur les cigarettes électroniques, distributeurs)¹³. Pour la plupart des bourses, les candidates et candidats devaient « présenter une dissertation devant bien souvent porter sur la cigarette électronique ou expliquer les vertus du vapotage¹³ ». Les auteurs de l'étude recommandent que « ce genre de bourse soit interdite puisqu'un bon nombre d'entre elles sont offertes à des élèves de moins de 18 ans (à qui la loi interdit l'utilisation des cigarettes électroniques) et leur demandent de prendre, dans une dissertation, une position favorable au vapotage¹³ ».

Mise en garde relative à la santé

Encore une fois, l'AMC réitère sa position selon laquelle toutes les mises en garde relatives à la santé qui figurent sur les produits et dispositifs de vapotage devraient ressembler à celles qui figurent obligatoirement sur les emballages des produits de tabac au Canada^{6,14}. L'existence de telles mises en garde est importante, parce que, encore aujourd'hui, on ne comprend pas entièrement les effets du vapotage sur l'organisme.

Dangers pour la santé

Afin de bien comprendre les effets à long terme du vapotage sur ses utilisateurs, il faudra en étudier davantage les dangers potentiels^{15,16,17}. Si on se fie aux études et à l'information existantes sur les dangers de la cigarette électronique, on constate que les mises en garde actuelles ne sont pas assez

fortes. Par exemple, une récente étude américaine souligne la possibilité d'un lien entre le vapotage et la dépression¹⁸. À l'aide d'une méthode transversale, elle a trouvé « une relation importante entre le vapotage et la dépression mettant en évidence la nécessité de mener des études prospectives longitudinales pour analyser le lien entre les deux éléments¹⁸ ». Les auteurs notent même que « les conséquences éventuelles sur la santé mentale pourraient influencer sur la réglementation régissant les nouveaux produits de tabac¹⁸ ».

Qui plus est, en ce qui a trait aux problèmes respiratoires, une autre étude américaine a conclu que « l'utilisation de la cigarette électronique semble être en soi un facteur de risque de maladie respiratoire indépendant du tabagisme conventionnel¹⁹ ». Ses auteurs ne recommandent pas non plus l'utilisation de la cigarette électronique pour arrêter de fumer, car « pour la plupart des fumeurs, cette technique a un taux de réussite faible¹⁹ ».

Concentrations de nicotine

La consultation ne fait aucune mention des concentrations de nicotine et des arômes. Pourtant, l'AMC considère ces questions essentielles dans la protection des adolescents et des jeunes adultes contre les dangers associés à la cigarette électronique. Afin de régler ces problèmes le plus rapidement possible, nous proposons les commentaires suivants.

La montée des concentrations de nicotine disponibles par vapotage préoccupe énormément l'AMC²⁰. Les dispositifs fournissent « de fortes concentrations de nicotine et offrent peu des éléments dissuasifs inhérents à d'autres produits de tabac. Les cigarettes électroniques traditionnelles utilisent des solutions contenant des formulations de nicotine épurée dont les concentrations plus élevées de nicotine peuvent causer des effets indésirables aux utilisateurs²¹ ».

Comme le faisaient remarquer David Hammond et ses collaborateurs dans une étude de 2019, « JUUL[®] utilise une technologie à base d'acide benzoïque et de sel de nicotine pour fournir des taux de nicotine plus élevés que les cigarettes électroniques classiques et en effet, la concentration de nicotine de la version standard de JUUL[®] est de plus de 50 mg/ml, alors que les autres cigarettes électroniques procurent des concentrations typiques de 3-24 mg/ml ». Les sels et arômes offerts avec ces dispositifs réduisent l'âpreté et l'amertume des liquides pour cigarettes électroniques. Chez certains concurrents, le taux de nicotine est encore plus élevé²².

L'AMC a demandé à Santé Canada de restreindre les concentrations de nicotine disponibles dans les produits de vapotage afin d'éviter que les adolescents et les jeunes adultes s'y accoutument²⁰. Santé Canada a fixé la concentration maximale à 66 mg/ml alors qu'une directive de l'Union européenne publiée en 2014 la fixe à 20 mg/ml^{23,24}. Entre autres choses, la nicotine « nuit au développement du cerveau en augmentant le risque de dépendance, de troubles de l'humeur, d'affaiblissement du contrôle des impulsions et de troubles cognitifs^{25,26} ». Nous jugeons qu'il est acceptable d'appliquer la concentration maximale établie par l'Union européenne en attendant la publication d'autres études scientifiques.

Arômes

Le 5 décembre 2019, le gouvernement de la Nouvelle-Écosse est devenu le premier au pays à annoncer qu'il interdirait la vente de cigarettes électroniques et de liquide à vapoter aromatisés à compter du 1^{er} avril 2020²⁷. L'AMC recommande l'interdiction des arômes dans le but de rendre le vapotage le moins attrayant possible pour les jeunes – et elle n'est pas la seule à être de cet avis^{6,7,28}. Les arômes constituent un facteur très attrayant pour les jeunes, surtout lorsqu'ils se retrouvent dans des produits soi-disant moins nocifs²⁹. Cette hypothèse est appuyée par la hausse du nombre de jeunes qui vapotent^{9,30}. En effet, une étude américaine récente a conclu que « si le vapotage est perçu comme étant plus facile avec l'ajout d'arômes, il est probable que le nombre de jeunes vapoteurs n'ayant jamais utilisé de produits de tabac auparavant augmente. En déterminant quels facteurs créent cette perception (marketing de la cigarette électronique, arômes particuliers, etc.), nous serons mieux outillés pour freiner

et empêcher le vapotage chez les jeunes³¹ ». L'AMC recommande l'interdiction des arômes afin de rendre le vapotage le moins attrayant possible pour les jeunes.

Recommandations

1. L'AMC recommande que les publicités de vapotage soient interdites dans les espaces publics, les médias électroniques et les publications en tout genre sans aucune exception.
2. L'AMC réitère sa position, à savoir que les mises en garde concernant les produits et dispositifs de vapotage devraient être les mêmes que sur les emballages de produits de tabac.
3. L'AMC est d'avis que la directive de 2014 de l'Union européenne, selon laquelle les concentrations de nicotine ne doivent pas dépasser 20 mg/ml, doit être adoptée en attendant que d'autres études scientifiques établissent une concentration optimale.
4. L'AMC recommande que les arômes soient interdits afin de rendre le vapotage le moins attrayant possible pour les jeunes.

¹ Gouvernement du Canada. La Gazette du Canada, Partie I, volume 153, numéro 51 : Règlement sur la promotion des produits de vapotage. Ottawa : Gouvernement du Canada; 2019. [En ligne]. Accessible ici : <http://www.gazette.gc.ca/rp-pr/p1/2019/2019-12-21/html/reg1-fra.html> (consulté le 2 janvier 2020).

² Centers for Disease Control and Prevention. CDC, States Update Number of Hospitalized EVALI Cases and EVALI Deaths. *Media Release*. Le 7 janvier 2020. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.cdc.gov/media/releases/2019/s1231-evali-cases-update.html> (consulté le 14 janvier 2020).

³ Ellington S, Salvatore PP, Ko J, et coll. Update: Product, Substance-Use, and Demographic Characteristics of Hospitalized Patients in a Nationwide Outbreak of E-cigarette, or Vaping, Product Use–Associated Lung Injury — the United States, août 2019–janvier 2020. *MMWR Morb Mortal Wkly Rep*. Cyberpublication : le 14 janvier 2020. [En ligne]. Accessible ici : https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/wr/mm6902e2.htm?s_cid=mm6902e2_e&deliveryName=USCDC_921-DM17160#suggestedcitation (consulté le 14 janvier 2020).

⁴ Gouvernement du Canada. Maladie pulmonaire associée au vapotage. Ottawa : Agence de la santé publique du Canada; le 7 janvier 2020. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/maladies/maladie-pulmonaire-vapotage.html> (consulté le 14 janvier 2020).

⁵ Institut Angus Reid. *Vanquishing vaping? Support for tougher regulations rise as positive views of e-cigarettes go up in smoke*. *Media Release*. Vancouver : Institut Angus Reid; le 6 janvier 2020. [En ligne]. Accessible ici : <http://angusreid.org/vaping-trends-canada/> (consulté le 7 janvier 2020).

⁶ Association médicale canadienne (AMC). Recommandations pour le Projet de Loi S-5 modifiant la Loi sur le tabac, la Loi sur la santé des non-fumeurs et d'autres lois en conséquence. Ottawa : AMC; le 7 avril 2017. [En ligne]. Accessible ici : <https://policybase.cma.ca/fr/permalink/politique13641> (consulté le 7 janvier 2020).

⁷ Association médicale canadienne (AMC). Consultation de Santé Canada au sujet de l'impact de la publicité des produits de vapotage sur les jeunes et les non-utilisateurs de produits de tabac. Ottawa : AMC; le 22 mars 2019. [En ligne]. Accessible ici : <https://policybase.cma.ca/fr/permalink/politique14022> (consulté le 7 janvier 2020).

⁸ Gagnon E. Imperial Tobacco: Kids shouldn't be vaping; our marketing is aimed at adults. *Chronicle Herald de Halifax*; le 5 mars 2019 [En ligne]. Accessible ici : <https://www.thechronicleherald.ca/opinion/imperial-tobacco-kids-shouldnt-be-vaping-our-marketing-is-aimed-at-adults-289673/> (consulté le 7 janvier 2020).

⁹ Hammond David, Reid Jessica L, Rynard Vicki L, et coll. Prevalence of vaping and smoking among adolescents in Canada, England, and the United States: repeat national cross-sectional surveys *BMJ*. 2019; vol. 365 : p. 2219. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.bmj.com/content/bmj/365/bmj.l2219.full.pdf> (consulté le 8 janvier 2020).

¹⁰ Jackler RK, Chau C., et coll. *JUUL Advertising Over its First Three Years on the Market*. Recherche de l'université Stanford sur les incidences de la publicité sur le tabac. Faculté de médecine de l'Université Stanford; le 31 janvier 2019 [En ligne]. Accessible ici : http://tobacco.stanford.edu/tobacco_main/publications/JUUL_Marketing_Stanford.pdf (consulté le 9 janvier 2020).

¹¹ Huang J, Duan Z, Kwok J, et coll. Vaping versus JUULing: how the extraordinary growth and marketing of JUUL transformed the U.S. retail e-cigarette market. *Tob Control*. 2019; vol. 28 : p. 146–151. [En ligne]. Accessible ici : <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/28/2/146.abstract> (consulté le 9 janvier 2020).

¹² Miech R. et coll. Trends in Adolescent Vaping, 2017–2019. *N Engl J Med*. 2019; vol. 381; n° 15 : p. 1490-1491 [En ligne]. Accessible ici : <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMc1910739> (consulté le 14 janvier 2020).

-
- ¹³ Baler G, Paci K, Kowitz SD, et coll. Vaping industry-funded academic scholarships. *Tob Control*. Diffusion en ligne avant l'impression : le 26 décembre 2019. [En ligne]. Accessible ici : <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2019/12/26/tobaccocontrol-2019-055158> (consulté le 9 janvier 2020).
- ¹⁴ Association médicale canadienne (AMC). Consultation de Santé Canada sur le projet intitulé règlement sur les produits de tabac (apparence neutre et normalisée). Ottawa : AMC; le 6 septembre 2018. [En ligne]. Accessible ici : <https://policybase.cma.ca/fr/permalink/politique13930> (consulté le 10 janvier 2020).
- ¹⁵ Organisation mondiale de la santé (OMS). Rapport de L'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme, 2019. Genève : Organisation mondiale de la santé; 2019. [En ligne]. Accessible ici : <https://apps.who.int/iris/handle/10665/326005> (consulté le 10 janvier 2020).
- ¹⁶ Chan LF. Et coll. Pulmonary toxicity of e-cigarettes. *Am J Physiol Lung Cell Mol Physiol*. Le 18 mai 2017; vol. 313 : p. L193–L206. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.physiology.org/doi/pdf/10.1152/ajplung.00071.2017> (consulté le 30 juillet 2019).
- ¹⁷ Li D, Sundar IK, McIntosh S, et coll. Association of smoking and electronic cigarette use with wheezing and related respiratory symptoms in adults: cross-sectional results from the Population Assessment of Tobacco and Health (PATH) study, wave 2. *Tob Control*. 2019; Vol. 0 : p. 1-8. [En ligne]. Accessible ici : <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2019/02/13/tobaccocontrol-2018-054694> (consulté le 10 janvier 2020).
- ¹⁸ Obisesan OH., et coll. Association Between e-Cigarette Use and Depression in the Behavioral Risk Factor Surveillance System, 2016-2017. *JAMA Network Open*. 2019; vol. 2, n° 12 : p. e 1916800. [En ligne]. Accessible ici : <https://jamanetwork.com/journals/jamanetworkopen/fullarticle/2756260> (consulté le 10 janvier 2020).
- ¹⁹ Bhatta, DN, Glantz SA. Association of E-Cigarette Use With Respiratory Disease Among Adults: A Longitudinal Analysis. *Am J Prev Med*. Février 2020; vol. 58, n° 2 : p. 182–190. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0749379719303915> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²⁰ Association médicale canadienne (AMC). Consultation de Santé Canada – réduire l'accessibilité et l'attrait des produits de vapotage pour les jeunes. Ottawa : AMC; le 24 mai 2019. [En ligne]. Accessible ici : <https://policybase.cma.ca/fr/permalink/politique14078> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²¹ Barrington-Trimis JL, Leventhal AM. Adolescents' Use of "Pod Mod" E-Cigarettes — Urgent Concerns. *N Engl J Med*. 2018; vol. 379 : p. 1099-1102. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.nejm.org/doi/pdf/10.1056/NEJMp1805758?articleTools=true> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²² Jackler RK, Ramamurthi D. Nicotine arms race: JUUL and the high-nicotine product market. *Tob Control* 2019; vol. 28, n° 6 : p. 1–6. [En ligne]. Accessible ici : <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/28/6/623> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²³ Gouvernement du Canada. Gazette du Canada Partie II, vol. 153, n° 26. Règlement sur l'étiquetage et l'emballage des produits de vapotage. Ottawa : Gouvernement du Canada; 2019 [En ligne]. Accessible ici : <http://www.canadagazette.gc.ca/rp-pr/p2/2019/2019-12-25/pdf/g2-15326.pdf> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²⁴ Union européenne. Directive 2014/40/UE du parlement européen et du conseil du 3 avril 2014. [En ligne]. Accessible ici : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0040&from=fr#d1e1147-1-1> (consulté le 10 janvier 2020).
- ²⁵ Chen-Sankey JC, Kong G, Choi K. Perceived ease of flavored e-cigarette use and e-cigarette use progression among youth never tobacco users. *PLoS ONE*. 2019; vol. 14, n° 2 : p. e0212353. [En ligne]. Accessible ici : <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212353> (consulté le 13 janvier 2020).
- U.S. Department of Health and Human Services. E-Cigarette Use Among Youth and Young Adults. A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2016. [En ligne]. Accessible ici : https://e-cigarettes.surgeongeneral.gov/documents/2016_sgr_full_report_non-508.pdf (consulté le 13 janvier 2020).
- ²⁷ Gouvernement de la Nouvelle-Écosse. *Province Bans Sales of Flavoured E-Cigarettes, Commits to Legislation*. News Release. Halifax : Gouvernement de la Nouvelle-Écosse; le 5 décembre 2019 [En ligne]. Accessible ici : <https://novascotia.ca/news/release/?id=20191205001> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²⁸ Ireland N. Pediatricians call for ban on flavoured vaping products — but Health Canada isn't going there. Toronto : *CBC News*; le 17 novembre 2018 [En ligne]. Accessible ici : <https://www.cbc.ca/news/health/canadian-pediatricians-flavoured-vaping-secondopinion-1.4910030> (consulté le 13 janvier 2020).
- ²⁹ McKelvey K, Popova L, Pepper JK, et coll. Adolescents have unfavorable opinions of adolescents who use e-cigarettes. *PLoS ONE*. 2018; vol. 13, n° 11 : p. e 0206352. [En ligne]. Accessible ici : <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206352> (consulté le 13 janvier 2020).
- ³⁰ Drazen JM, Morrissey S, Campion EW. The Dangerous Flavors of E-Cigarettes. *N Engl J Med*. 2019; vol. 380 : p. 679-680. [En ligne]. Accessible ici : <https://www.nejm.org/doi/pdf/10.1056/NEJMe1900484?articleTools=true> (consulté le 13 janvier 2020).
- ³¹ Chen-Sankey JC, Kong G, Choi K. Perceived ease of flavored e-cigarette use and e-cigarette use progression among youth never tobacco users. *PLoS ONE*. 2019; vol. 14, n° 2 : p. e0212353. [En ligne]. Accessible ici : <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0212353> (consulté le 13 janvier 2020).
-