



Le 5 avril 2017

Consultations sur l'avenir de la lutte contre le tabagisme au Canada

Pièce 1605-626

Arrêt postal 0301A

150, promenade du pré Tunney

Ottawa (Ontario)

K1A 0K9

Objet : Consultation sur le renouvellement de la Stratégie fédérale de lutte contre le tabagisme

Je vous écris au nom de l'Association médicale canadienne (AMC) pour donner suite à votre demande de consultation sur le renouvellement de la Stratégie fédérale de lutte contre le tabagisme (SFLT) et sur le document de consultation *Saisir l'occasion : l'avenir de la lutte contre le tabagisme au Canada*. Nous sommes heureux que Santé Canada renouvelle la SFLT.

D'après la dernière édition de l'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes, en 2015, parmi les personnes de 12 ans et plus, 17,7 % fumaient tous les jours ou à l'occasion (5,3 millions de fumeurs), une baisse par rapport aux 18,1 % enregistrés en 2014. Voilà une excellente nouvelle, mais il reste beaucoup à faire pour que la tendance se poursuive.

Nous appuyons l'objectif énoncé dans le cadre du sommet intitulé « The Tobacco Endgame » (Pour sortir du tabagisme) d'abaisser le taux de tabagisme à moins de 5 % d'ici 2035. Soulignons toutefois que pour certains sous-groupes, comme les Autochtones, il faudra adapter les cibles et les objectifs de réduction de la prévalence à une situation et à des besoins uniques. Le tabac revêt une certaine importance dans les cérémonies autochtones; les préjudices liés au tabac ne découlent d'ailleurs pas de ce type d'usage, mais bien d'un usage abusif quotidien et répété.

Comme il a été proposé lors du sommet, une stratégie renouvelée doit aller au-delà des approches traditionnelles visant à resserrer graduellement les mesures, pour mettre plutôt l'accent sur les activités de l'industrie du tabac et sur l'augmentation du soutien pour les personnes touchées. L'approche pangouvernementale et le cadre recommandés sont essentiels au succès de la stratégie à long terme.

L'AMC est d'avis que, malgré la diminution des taux de tabagisme, la lutte antitabac doit demeurer une priorité. Elle doit continuer d'être appuyée par une stratégie fédérale soutenue et bien financée et de bénéficier d'un solide leadership et d'un fort soutien de la part de Santé Canada, ce qui comprend une stratégie nationale coordonnée et complète sur l'abandon du tabagisme. L'AMC recommande que la prochaine version de la SFLT soit axée sur les éléments suivants :

- **Prix.** Une grande quantité de données démontre que la hausse des prix est cruciale pour décourager le tabagisme, surtout chez les jeunes, qui y sont particulièrement sensibles. Dans cette optique, il sera essentiel de mettre en œuvre la recommandation formulée lors du sommet voulant que Santé Canada et le ministère des Finances élaborent une stratégie conjointe sur l'établissement des prix combinant une augmentation considérable de la taxe d'accise et d'autres mesures. Ici encore, il conviendra d'élaborer des stratégies qui tiennent compte de la situation et des besoins uniques de certains sous-groupes.
- **Banalisation des emballages des produits du tabac.** L'AMC recommande que seuls les paquets « à coulisse » soient autorisés, et que les paquets « à abattant » soient interdits. Ainsi, un seul type d'emballage uniformisé serait permis, et la surface pouvant servir à afficher des mises en garde et autres renseignements liés à la santé serait maximale. L'AMC recommande également qu'une seule longueur de cigarette soit permise, et qu'un diamètre minimal soit établi, le but étant de mettre fin à la vente de cigarettes « fines » ou « extrafines » pour éviter qu'elles soient perçues comme étant moins nocives.
- **Vente au détail.** L'AMC recommande de resserrer le régime d'autorisation afin de limiter le nombre d'endroits où l'on vend des produits du tabac. Plus leur disponibilité est restreinte, plus ces produits sont faciles à réglementer.
- **Âge pour la vente.** L'AMC appuie les programmes soutenus de promotion de la santé et de marketing social portant sur les raisons pour lesquelles les jeunes font usage du tabac et visant à les dissuader de commencer à fumer et à les persuader de cesser, ainsi qu'à les sensibiliser davantage aux tactiques de marketing de l'industrie du tabac afin qu'ils puissent les reconnaître et y résister. L'AMC recommande que l'âge minimal pour la vente passe à 21 ans.
- **Promotion.** Les fabricants de tabac utilisent fréquemment des messages publicitaires subtils auprès des jeunes pour rendre le tabagisme attrayant et prestigieux. L'AMC appuie les initiatives de relations publiques et de sensibilisation visant à contrer ces

messages. Par exemple, les systèmes de classification des films devraient interdire aux enfants et aux adolescents l'accès aux films dans lesquels on fume et on montre des produits du tabac. L'AMC appuie également une interdiction complète de toute promotion, y compris des accessoires portant un élément de marque d'un produit du tabac et les autres produits non apparentés au tabac.

- **Ingérence industrielle.** L'AMC appuie les recommandations issues du sommet visant à empêcher que les politiques de santé ne soient influencées par les intérêts de l'industrie du tabac (article 5.3 du Protocole de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac).

L'AMC estime que le gouvernement fédéral a un rôle essentiel à jouer dans la lutte contre le tabagisme et qu'une stratégie entièrement financée qui tient compte des défis du 21<sup>e</sup> siècle favorisera l'atteinte de cet objectif.

Veillez accepter mes salutations cordiales.



Jeff Blackmer, M.D., M.Sc.S., FRCPC

Vice-président, Professionnalisme médical