
De: Julie Boucher
Envoyé: 13 septembre 2023 16:56
À: [REDACTED]
Cc: _Boîte_accès, mce
Objet: N/Réf. : 2324-045 - Votre demande d'accès à l'information
Pièces jointes: 045_documents.pdf; 045-articles.pdf; AVIS DE RECOURS.pdf



Objet : Votre demande en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (chapitre A-2.1)

N/Réf. : 2324-045

Monsieur,

Nous donnons suite à votre demande d'accès du 13 août 2023, reçue à nos bureaux le 14 août 2023, dont le but est d'obtenir copie du mémoire déposé au Conseil des ministres par le ministre de la Santé et des Services sociaux, monsieur Jean Rochon, qui mena, en 1998, à la présentation du projet de loi no 444 : Loi sur le tabac.

Nous vous transmettons copie des documents repérés par le ministère du Conseil exécutif à l'égard de votre demande. Vous remarquerez que certains renseignements ont été masqués, lesquels sont visés par l'article 31 de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, et ce, tel que le permet l'article 14 de cette loi. De plus, ils sont visés par le privilège de confidentialité de la relation avocat-client et ne peuvent vous être transmis en vertu de l'article 9 de la *Charte des droits et libertés de la personne* (chapitre C-12) qui protège le secret professionnel.

Vous trouverez ci-joint copie de l'avis relatif au recours prévu à la section III du chapitre IV de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, de même que des articles de loi mentionnés à la présente.

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Julie Boucher

Responsable de l'accès à l'information
Ministère du Conseil exécutif
835, boulevard René-Lévesque Est, 2^e étage
Québec (Québec) G1A 1B4
Téléphone : 418 643-7355
Télécopieur : 418 646-0866
mce.accesmce@mce.gouv.qc.ca

Ce courriel est à usage restreint. S'il ne vous est pas destiné, veuillez svp le détruire et en informer l'expéditeur.

**MÉMOIRE COMPLÉMENTAIRE AU
CONSEIL DES MINISTRES**

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

DE : Monsieur Jean Rochon
Ministre de la Santé et des Services sociaux

20 MAR. 1998

Secrétariat général
REÇU RÉFÉRENCE

OBJET : Projet de loi sur le tabac

20 MAR 1998 96 _ 0 3 0 5

NOUVELLE VERSION

CONFIDENTIEL

PRÉSENTATION

Ce mémoire s'inscrit dans la foulée du mémoire complémentaire déposé à la fin du mois de janvier dernier. Il en reprend le contenu et s'en distingue en incorporant des informations, des remarques et des mesures dont la pertinence s'appuie sur les résultats de consultations additionnelles et sur les récentes exigences relatives au plan stratégique de communication devant désormais faire partie d'un mémoire lorsque certaines clientèles sont affectées par les recommandations proposées dans ce mémoire. Ce document remplace donc le précédent et il en va de même du projet de loi qui l'accompagne.

Afin de permettre au lecteur de saisir l'originalité du présent mémoire, et donc de la nouvelle version du projet de loi, des indications en ce sens lui seront précisées, entre parenthèses, au début de chacune des sections du document.

I. INTRODUCTION

(Reprise intégrale du mémoire complémentaire précédent)

Il y a maintenant un an que le projet de loi sur le tabac et son mémoire de justification ont été déposés aux instances centrales du gouvernement. Pendant cette année, les activités de peaufinage du projet de loi se sont poursuivies, activités soutenues notamment par les commentaires reçus de diverses instances et l'examen du texte par le ministère de la Justice.

Le texte du projet de loi a donc été passablement modifié dans sa présentation et il s'impose que cette nouvelle version du projet de loi soit celle utilisée pour les étapes subséquentes du processus de décision du Conseil exécutif.

Le présent mémoire accompagne cette nouvelle version afin de mettre en évidence les particularités de cette dernière et afin de présenter des recommandations reformulées, en conformité avec le nouveau libellé du projet de loi. Ces recommandations remplacent donc celles qui figurent dans le mémoire déjà transmis, l'argumentaire inclus dans ce dernier demeurant, par ailleurs, entièrement pertinent.

II. PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE

(Nouvelle section)

Il n'est pas inutile de resituer brièvement le cadre d'analyse qui doit nous motiver à légiférer.

Le tabagisme est l'ennemi numéro 1 de la santé publique. La nocivité du tabac est inégalée : contrairement aux boissons alcoolisées dont la consommation n'est pas, en

général, problématique, le tabac, consommé par un fort tiers de la population du Québec (soit 35 % alors que le taux est de 29 % pour le reste du Canada), entraîne une morbidité et une mortalité importantes et, en conséquence, des coûts directs et indirects significatifs; ainsi, au Québec, ces coûts se sont élevés à 2,4 milliards \$ en 1992 (voir mémoire, page 4). Chaque année, au Québec, au moins 10 000 décès sont imputables au tabac. Cette nocivité est d'autant plus pernicieuse qu'elle est, pour la masse des fumeurs, difficilement évitable compte tenu de la forte dépendance au tabac générée par la nicotine que contient ce dernier. Nous sommes bel et bien en présence d'un problème de toxicomanie.

Mais le plus troublant est certes le fait que ce phénomène se perpétue en recrutant de nouveaux fumeurs chez les jeunes. Entre 1991 et 1996, au Québec, le pourcentage de fumeurs a doublé chez les jeunes du niveau secondaire, passant de 19 à 38 %; les filles fument plus que les garçons soit 43 % comparé à 33 %.

Les non-fumeurs souffrent également de la présence de la fumée de tabac dans l'environnement (FTE); une centaine en meurent chaque année. Plusieurs milliers d'autres doivent subir des effets secondaires non négligeables (allergies, otites, sinusites, maux de tête). À la lumière des données scientifiques, la FTE constitue une cause de maladie.

La consommation du tabac jouit d'une normalité et d'un enracinement culturel qui rendent complexe et ardue toute démarche sérieuse de contrôle du phénomène. La dynamique culturelle protabac est soutenue par la mise en marché habile d'une industrie riche et puissante. Un État responsable prenant au sérieux son rôle en santé publique et ayant à coeur les générations à venir ne peut plus laisser aller une pareille situation, d'autant plus qu'il est le seul intervenant en mesure de s'attaquer au problème. Pour ce faire, il doit s'assurer d'une gestion intégrée de l'ensemble des composantes du problème et faire porter son intervention en amont de ce dernier.

Le principal levier d'intervention de l'État à cet égard est certes l'action législative. Sans contester le droit de fumer, une législation structurante permettrait cependant de le "contexter"; sans illégaliser le produit et sa consommation, solution irréaliste s'il en est une, elle permettrait de corriger le fait que le tabac a depuis trop longtemps échappé aux règles promulguées par notre société pour se prémunir contre les produits dangereux.

L'adoption d'une loi pour protéger les non-fumeurs et pour prévenir le tabagisme, en contrôlant l'accessibilité du tabac aux jeunes et la promotion des produits du tabac, est la démarche concrète qui est avancée maintenant. En adoptant pareille loi, le Québec s'inscrirait ainsi activement dans le croissant mouvement international des pays qui ont décidé de s'attaquer au tabagisme.

III. ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

(Nouvelle section)

A) L'approche législative québécoise

Le projet de loi du Québec fut élaboré en même temps que celui du gouvernement fédéral (C-71). Ce dernier fut sanctionné le 25 avril 1997 et la *Loi sur le tabac* est en vigueur depuis ce temps sauf en ce qui a trait aux mesures concernant la commandite, lesquelles s'imposeront à partir du 1er octobre 1998.

Le projet de loi du Québec se compare à la loi fédérale et aborde lui aussi les aspects suivants : fabrication du produit, promotion (y compris l'emballage) du produit, étiquetage, vente du tabac et exigence de rapports. Ce qui peut paraître comme un dédoublement doit davantage être perçu comme une volonté de l'État de voir le problème du tabagisme au Québec traité avec la vigueur qu'il se doit sans, à cet égard, être à la merci de l'application et de la surveillance du respect de sa loi par le

gouvernement fédéral. Un contrôle direct de l'intervention législative permet une meilleure intégration de cette importante mesure avec d'autres mesures antitabac : éducation, communications, taxation, cessation de fumer (voir mémoire, pages 6 et 7). Il est essentiel de s'assurer que la stratégie de lutte au tabagisme soit conçue et gérée de façon intégrée afin d'atteindre une efficacité optimale dans la réduction du tabagisme et des coûts directs de santé qui y sont liés, lesquels dépassent les 700 M \$ par année, au Québec, selon l'étude d'impact du projet de loi sur le tabac.

Le projet de loi québécois se distingue cependant de la loi fédérale sur deux plans : un volet sur la protection des non-fumeurs, absent dans la loi fédérale, et une stratégie différente pour le contrôle de la promotion des produits du tabac. Avant de préciser cette différence, signalons que les deux approches ont tenu compte du jugement de la Cour suprême du Canada, en septembre 1995, concernant la validité de la *Loi réglementant les produits du tabac*. La Cour a statué qu'une atteinte raisonnable à la liberté d'expression était justifiée dans le contrôle de la promotion du tabac mais que ce contrôle ne devrait pas empêcher une publicité informative à l'intention des consommateurs de produits du tabac.

La loi fédérale et le projet de loi québécois contiennent tous deux des mesures sous-jacentes à une stratégie antipromotionnelle du tabac. Les deux textes de loi veulent contrer les mêmes approches promotionnelles: la publicité, l'emballage, la commandite, les produits dérivés, la promotion des ventes, la disposition des produits et les moyens de communication. Le projet de loi québécois s'attaque à une autre dynamique promotionnelle du tabagisme et des produits du tabac, soit la fourniture de friandises et de jouets imitant les produits du tabac. Les deux approches affichent la même souplesse en permettant une accentuation des mesures ou une adaptation de ces dernières à l'évolution du contexte grâce aux pouvoirs réglementaires qui sont prévus dans chacune d'elles. Les similitudes d'approche se constatent pour l'emballage et l'étalage des produits du tabac aux points de vente : dans les deux cas, un pouvoir d'intervention réglementaire est annoncé. Pour la promotion des ventes et l'utilisation des moyens de communication, les deux gouvernements auraient éventuellement des approches similaires. Les différences se manifestent cependant dans les trois grosses stratégies promotionnelles : la publicité, la commandite et les produits dérivés.

La loi fédérale limite mais permet une certaine exploitation de ces 3 créneaux promotionnels. Ainsi, une publicité informative ou préférentielle est permise, sous réserve des règlements et si elle n'est pas de style de vie ou attrayante pour les jeunes, dans des publications expédiées par la poste à un adulte désigné par son nom, dans des publications dont au moins 85 % des lecteurs sont des adultes ou sur des affiches placées dans des endroits dont l'accès est interdit aux jeunes par la loi. Sous réserve des règlements, des accessoires de fumeur peuvent être utilisés comme produits dérivés et on ne peut en faire la promotion que de façon réglementaire et que par les trois canaux prévus en publicité. Sous réserve des règlements, d'autres articles peuvent être utilisés comme produits dérivés et on peut en faire la promotion si ces articles ne sont pas associés aux jeunes ou attrayants pour eux et s'ils ne sont pas associés à une façon de vivre. Finalement, une commandite réglementée sera possible. De plus, si l'élément commandité est associé aux jeunes ou attrayant pour eux, s'il est associé à une façon de vivre, la commandite ne pourra être signalée que tout au bas du matériel de promotion dans une espace occupant au maximum 10 % de la surface du matériel; une promotion à l'aide de ce matériel ne pourra être faite que par les trois canaux prévus en publicité ou par des affiches placées ou dans des programmes offerts sur les lieux de la manifestation ou de l'activité ou sur les installations commanditées. La portée précise de la loi dans ces domaines est difficile à percevoir car elle est conditionnée par l'interprétation de notions comme "une façon de vivre/un style de vie" et "attrayant pour les jeunes".

Le projet de loi québécois ne permet qu'une publicité à caractère informatif répondant à certaines normes (non attrayant pour les jeunes, non associé à un mode de vie...) et

à une possible réglementation; cette publicité ne pourrait être diffusée que dans des journaux et magazines écrits dont au moins 85 % des lecteurs sont des adultes et par de l'affichage dans les points de vente. Le projet de loi comporte une interdiction de toute commandite mais, comme détaillé plus loin, prévoit une aide financière gouvernementale pour supporter l'adaptation des commandités "tabac" aux exigences de l'éventuelle loi. Signalons d'ailleurs que le profil antipromotionnel du projet de loi s'apparente beaucoup à celui de la loi Evin (10 janvier 1991) et des décrets qui en découlent, en France, ainsi qu'à ceux de l'Australie et de la Belgique (en 1999).

Le projet de loi québécois a donc l'avantage de présenter des règles du jeu plus claires, moins sujettes à interprétation et, donc, aux disputes juridiques qui pourraient en découler. Il est de plus jugé que sa stratégie antipromotionnelle sera plus favorable à la prévention du tabagisme et ce tout en pouvant résister à une critique basée sur le jugement de la Cour suprême. La stratégie étant considérée comme un tout cohérent, la modification d'une seule de ses composantes mettrait en jeu cette cohérence et affecterait l'efficacité potentielle de la stratégie.

B) Impact du projet de loi sur les détaillants de vente de tabac

La loi fédérale sur le tabac comporte des exigences ayant des incidences sur la vente des produits du tabac au détail (vente aux 18 ans et plus, vente de cigarettes en paquet de 20 unités, intervention d'un préposé,...). Elle prévoit également des possibilités réglementaires notamment en ce qui a trait à l'étalage des produits du tabac dans le point de vente. Cette loi interdit toute publicité dans les points de vente.

Le projet de loi québécois n'impose pas de contraintes additionnelles, sinon l'interdiction de fournir des friandises ou jouets imitant les produits du tabac. Par ailleurs, il permet la publicité dans les points de vente et limite à ces lieux la vente de magazines spécialisés sur le tabac; ce sont là des perspectives de revenus supplémentaires pour les détaillants.

Comme les données disponibles démontrent la nécessité d'une certaine pression pour favoriser le respect des mesures entourant la vente de tabac aux mineurs, le projet de loi prévoit l'imposition, en cas de récidives concernant le non-respect de ces mesures, de sanctions administratives consistant en une suspension du certificat d'inscription prévu par la *Loi sur la taxe de vente* au Québec. Cette suspension, par le ministre du Revenu, sur avis du ministre de la Santé et des Services sociaux, enlèverait au marchand le droit de vendre du tabac pour des périodes de temps variant de 1 mois à 1 an. Selon la loi fédérale, un contrevenant déclaré coupable de récidive relativement à une infraction aux articles concernant l'accès des jeunes au tabac, pourrait se voir imposer par le tribunal, en sus de la peine prévue dans la loi, une suspension de son droit de vendre du tabac et ce, pour une période maximale d'un an.

À noter que le règlement fédéral sur le tabac, actuellement en préparation, ferait en sorte qu'un détaillant ne serait pas obligé d'installer l'affichage exigé par la loi fédérale, au sujet de la vente de tabac aux mineurs, si la province où réside ce détaillant impose à ce dernier des exigences au moins égales à cet égard. En conséquence, seulement la loi québécoise s'appliquerait au Québec.

L'éventuelle interdiction de vendre du tabac en pharmacie, mesure non intégrée présentement au projet de loi (voir recommandation B), affecterait cependant cette catégorie de détaillants. La loi fédérale ne touche pas ce secteur.

C) La commandite associée à la promotion du tabac

Le projet de loi comprend une interdiction de toute commandite associée à la promotion du tabac. Il y est prévu que le gouvernement aidera financièrement les

événements commandités à s'adapter au nouveau contexte. Avec le désir de supporter davantage cette adaptation, il est proposé que les mesures afférentes à l'interdiction de commandite s'appliquent selon les conditions suivantes :

a) interdiction de toute nouvelle commandite "tabac"; une commandite est nouvelle si elle relève d'un contrat conclu le jour du dépôt du projet de loi ou après ce jour et que ce contrat n'est pas un renouvellement de contrat;

b) sous réserve de l'exception précisée en c), un délai de 2 ans après la date du dépôt du projet de loi est accordé aux commandités dont un contrat de commandite "tabac" est déjà en vigueur au jour du dépôt du projet de loi ou est en phase de renouvellement à ce jour. Il peut y avoir renouvellement de contrat pendant cette période de 2 ans mais tout contrat ou partie de contrat s'appliquant à des activités prévues au-delà de cette période de 2 ans est nul;

c) pendant une période de 5 ans à compter de la date du dépôt du projet de loi, les écuries participant au Grand Prix du Canada pourront être commanditées par l'industrie du tabac;

d) toutes les formes de commandite "tabac" accordées à un commandité visé au point b), incluant notamment la commandite monétaire, la commandite de services et la commandite dérivée, devront être précisées dans le contrat de commandite et leur valeur ne pourra être supérieure à celle prévue dans le contrat en vigueur au jour du dépôt du projet de loi ou dans celui qui a été renouvelé;

e) les commandités qui auront profité de la commandite "tabac" pendant les 2 ans du délai accordé en b) seront éligibles à l'aide financière du gouvernement laquelle s'appliquera pendant les 3 ans suivant la fin du délai et sera quantifiée de la façon suivante :

- 1^{ère} année : 75 % de la valeur monétaire de la commandite "tabac" précisée dans le contrat de commandite en vigueur à la fin du délai de 2 ans;
- 2^e année : 50 % de la valeur utilisée pour le calcul la première année;
- 3^e année : 25 % de la valeur utilisée pour le calcul de la première année;

g) l'aide financière du gouvernement pourra être conditionnée par la diffusion par le commandité, dans le cadre de ses activités, de messages attribués au gouvernement et visant la réduction du tabagisme.

Mentionnons que plusieurs pays interdisent ou interdiront toute commandite "tabac" : France, Nouvelle-Zélande, Grande-Bretagne, Finlande, Norvège, Thaïlande, États-Unis (oct. 1998), Belgique (1999). Les 15 pays de la Communauté européenne ont convenu de faire de même à compter de 2003, un sursis de 3 ans (2006) étant accordé aux événements ayant un caractère international; de plus, ces pays s'attendent à ce que l'industrie du tabac réduise graduellement ses investissements en commandite pendant les délais qui lui sont consentis.

D) Les restaurants

La réglementation du tabagisme dans les restaurants est en croissance. Ainsi, aux États-Unis, 4 états interdisent de fumer ou le permettent dans des sections fermées et ventilées (Californie, Maryland, Utah et Vermont); plusieurs villes, dont New-York, Aspen, Buffalo, Madison, ont agi de même. Au Canada, le mouvement est plus récent mais on sent que l'élan se prend. Vancouver interdit de fumer dans ses restaurants et plusieurs autres villes ont adopté cette position pour les prochaines années : région de Victoria en 1999, Toronto, Etobicoke, North York, East York, Waterloo, Windsor, Ottawa et Guelph en 2000, London en 2002,...

Dans la foulée des discussions tenues avec l'Association des restaurateurs du Québec, il est proposé, pour le Québec :

- que, dès l'entrée en vigueur de la loi sur le tabac, au moins 60 % des places soient réservées aux non-fumeurs dans tous les restaurants ou commerces où sont disponibles des services de restauration;
- que, dans les établissements de 35 places et plus, il y ait obligation de séparer la section "fumeurs" avec une cloison et de pourvoir cette section d'une ventilation évacuant la fumée directement à l'extérieur, ceci devant être réalisé au plus tard 5 ans après l'entrée en vigueur de la loi;
- que, après l'année suivant l'entrée en vigueur de la loi, toute nouvelle construction ou rénovation majeure de restaurant doit se conformer aux exigences d'aménagement des sections "fumeurs", le cas échéant.

IV. LES MODIFICATIONS

(Les passages soulignés réfèrent à du nouveau texte)

Le fond du projet de loi n'a pas été modifié même si certaines mesures précises ont été soit :

- retirées :

- l'éventuelle interdiction de fumer sur les terrains des écoles et des garderies,
- l'obligation de faire approuver toute publicité antitabac par le ministre de la Santé et des Services sociaux.

- ajoutées :

- l'interdiction de vendre des publications ou des cédéroms spécialisés concernant le tabac ou des produits associés à la consommation du tabac ailleurs que dans les points de vente du tabac (article 23);
- la possibilité pour le gouvernement de réglementer la nature des pièces d'identité exigibles pour prouver qu'on est majeur (article 12),

- ou modifiées :

- l'interdiction d'aménager des fumeurs ou aires pour fumeurs dans les établissements commerciaux qui s'adressent à des mineurs au lieu de "qui sont majoritairement fréquentés par des mineurs ".(articles 2 et 3),
- les aires pour fumeurs ne peuvent représenter plus de 40 % des aires disponibles au lieu de 50 % (article 6),
- les appareils distributeurs de tabac pourront être installés dans les lieux non accessibles aux mineurs (article 15),
- le retrait du Fonds de prévention du tabagisme comme modalité et canal d'actualisation de l'aide financière du gouvernement aux commandités affectés par l'interdiction de la commandite "tabac" (art. 85),
- le sursis pour le cloisonnement et la ventilation des aires "fumeurs" dans les restaurants passe de 2 à 5 ans et concerne les restaurants existants de 35 places et plus. Le délai est d'un an pour les constructions neuves ou les rénovations majeures de restaurants. (art. 7 et 82);
- un calendrier d'entrée en vigueur de mesures concernant la commandite est prévu de même qu'un plafonnement des sommes pouvant y être investies (art. 84),
- les critères qui s'imposent pour l'emballage ne viseront pas les emballages déjà sur le marché au moment du dépôt du projet de loi à l'Assemblée nationale (article 87),
- les amendes ont été revues et équilibrées entre elles (chapitre X).

Le montant requis pour l'aide financière aux commandités par l'industrie du tabac (recommandation C) a été ajusté pour tenir compte des plus récentes données rendues publiques par cette industrie concernant son investissement dans la commandite. Cependant, ces données devront être confirmées avec la collaboration des commandités concernés.

V. PLAN STRATÉGIQUE DE COMMUNICATION (Nouvelle section)

Conformément aux récentes exigences concernant l'intégration d'un plan stratégique de communication à un mémoire lorsque des recommandations de ce dernier affectent des clientèles, un plan de ce genre accompagne le présent mémoire (annexe 1).

La stratégie couvre deux phases : le dépôt et l'adoption du projet de loi et l'implantation de l'éventuelle loi. Les principaux vecteurs de cette stratégie sont : la responsabilisation et le leadership du gouvernement, la pertinence du projet de loi, l'information à ce sujet, l'ouverture et la collaboration avec les clientèles touchées par le projet de loi ou l'éventuelle loi.

VI. RECOMMANDATIONS

(Ajout à chaque recommandation du/des numéro/s de l'/des article/s lui correspondant dans le projet de loi et adaptation (soulignée) de quelques recommandations aux modifications présentées ci-haut)

ATTENDU que l'une des responsabilités principales du gouvernement consiste à protéger la santé de la population et à prévenir la maladie;

ATTENDU que le tabac est un produit ayant de multiples conséquences sur la santé et que le tabagisme est une toxicomanie nécessitant une intervention de santé publique aux fins de protéger la santé des Québécois et Québécoises;

ATTENDU que la législation est un élément fondamental d'une stratégie antitabac;

ATTENDU qu'il est préférable que, dans le contexte actuel, la vente et la consommation des produits du tabac demeurent légales et que, par contre, son usage et sa commercialisation soient encadrés;

Je recommande au Conseil des ministres :

- A) Le dépôt devant l'Assemblée nationale d'un projet de loi sur le tabac qui contiendrait les éléments suivants :
- 1) le principe qu'il serait interdit de fumer dans tous les lieux fermés accueillant du public sauf dans des fumeurs fermés et ventilés, dans des cas, conditions, circonstances et lieux déterminés par règlement du gouvernement et dans les autres cas expressément prévus par la loi (art. 2, 3 et 11);
 - 2) l'interdiction d'aménager des fumeurs et des aires pour fumeurs dans les garderies, les écoles primaires, les écoles secondaires et les établissements commerciaux qui s'adressent à des mineurs (art. 3);
 - 3) la possibilité de prévoir des aires pour fumeurs dans les centres commerciaux, les casinos, les salles de jeux, les gares, les établissements où sont présentés des activités sportives, culturelles ou artistiques, des congrès et des colloques, et dans les établissements commerciaux où des denrées alimentaires sont consommées sur place, à condition toutefois que l'espace réservé à cette fin

- ne dépasse pas 40 % de l'espace disponible pour accueillir la clientèle (art. 4 et 6);
- 4) la possibilité de prévoir des aires et des chambres pour les clients fumeurs dans les établissements qui hébergent des personnes, à condition toutefois que l'espace réservé à cette fin ne dépasse pas 40 % de l'espace disponible pour accueillir la clientèle, à l'exception des centres de détention (art. 5 et 6);
 - 5) l'obligation pour les restaurants de 35 places et plus qui aménagent des aires pour fumeurs de séparer ces aires de celles des non-fumeurs par des cloisons et de les munir d'un système de ventilation (art 7);
 - 6) la possibilité de fumer dans un établissement où les mineurs ne sont pas admis en vertu de la *Loi sur les permis d'alcool* (L.R.Q., chapitre P-9.1) (art. 8);
 - 7) l'obligation pour l'exploitant d'un lieu visé par la loi d'indiquer par affichage les endroits où il est interdit ou non de fumer (art. 9);
 - 8) l'obligation pour l'exploitant d'un lieu visé par la loi de ne pas tolérer qu'une personne fume dans un endroit où il est interdit de le faire (art. 10);
 - 9) la possibilité pour le gouvernement de réglementer en matière de fumeurs, d'aires pour les fumeurs, de ventilation et d'affichage (art. 11);
 - 10) l'interdiction pour l'exploitant d'un commerce de vendre ou donner du tabac à un mineur, le gouvernement pouvant réglementer la nature des pièces d'identité qui peuvent être exigées de toute personne qui désire acheter du tabac afin de prouver qu'elle est majeure (art. 12);
 - 11) l'obligation pour l'exploitant d'un commerce de conserver le tabac de telle sorte que la clientèle ne puisse y avoir accès sans l'aide d'un préposé et d'afficher l'interdiction de vente de tabac aux mineurs et une mise en garde sur les dangers du tabac, le gouvernement pouvant réglementer cet affichage (art. 14);
 - 12) l'interdiction de vendre du tabac à l'aide d'un appareil distributeur, qu'il soit muni d'un contrôle à distance ou non, sauf dans un lieu où les mineurs ne sont pas admis et si l'exploitant de ce lieu ou une personne à son emploi peut en surveiller directement l'utilisation (art. 15);
 - 13) l'interdiction de vendre du tabac dans un établissement de santé et de services sociaux, un centre de la petite enfance ou un autre service de garde, un établissement d'enseignement primaire ou secondaire ainsi que sur les terrains de ces établissements (art. 16);
 - 14) l'interdiction pour l'exploitant d'un commerce de vendre des cigarettes autrement que dans un paquet contenant au moins 20 cigarettes, le gouvernement pouvant réglementer la quantité et les portions qu'un emballage d'un produit du tabac doit contenir pour que ce produit puisse être vendu (art. 17);
 - 15) l'obligation qu'une vente de tabac ne s'effectue qu'en présence physique du vendeur et de l'acheteur, sauf dans le cas d'une vente par appareil distributeur ou d'une vente entre un fabricant ou distributeur de produits du tabac et un détaillant (art. 18);
 - 16) l'interdiction pour l'exploitant d'un commerce ou toute personne à son emploi, ceci s'appliquant également aux fabricants et aux distributeurs de

tabac, de vendre ou donner des friandises ou des jouets imitant les produits du tabac ou un accessoire servant à fumer ou dont l'emballage évoque celui de ces produits, de distribuer gratuitement du tabac, d'offrir des rabais, un cadeau, une remise ou la possibilité de participer à une loterie, un concours, un jeu ou toute autre forme de bénéfice en contrepartie de l'achat du tabac (art. 19);

- 17) l'interdiction de toute commandite associée à une promotion du tabac ou d'un fabricant du tabac, ceci n'ayant pas pour objet d'empêcher un don provenant de l'industrie du tabac dans la mesure où aucune promotion ne lui est associée et que le donataire n'est pas un établissement de santé et de services sociaux, une association représentant de tels établissements, une structure de recherche ou un centre de recherche relié à un tel établissement, une fondation reliée à un tel établissement, une régie régionale visée à la *Loi sur les services de santé et les services sociaux* ou un conseil régional visé à la *Loi sur les services de santé et les services sociaux pour les autochtones cris* (art. 20);
- 18) l'interdiction d'associer à une installation sportive, culturelle ou sociale, un nom, un logo, un dessin, un signe distinctif ou un slogan qu'il est raisonnable d'associer à un produit du tabac ou un fabricant de tabac, à l'exception d'une couleur (art. 21);
- 19) l'interdiction de toute publicité en faveur du tabac ou d'un fabricant de tabac sauf celle diffusée par des journaux et des magazines écrits dont au moins 85 % des lecteurs sont des majeurs ou par de l'affichage à l'intérieur des points de vente de tabac et même alors, suivant des normes strictes et précisées dans le projet et à condition qu'il ne s'agisse que de textes écrits, comportant des mises en garde sur les dangers du tabagisme et ayant été préalablement approuvés par le ministre de la Santé et des Services sociaux (art. 22);
- 20) l'interdiction de vendre des publications et des cédéroms spécialisés concernant le tabac ou des produits associés à la consommation du tabac ailleurs que dans les points de vente de tabac (art. 23);
- 21) la possibilité pour le gouvernement de réglementer davantage la publicité du tabac, l'apparence et l'emplacement des appareils distributeurs de tabac, l'étalage des produits du tabac, des publications et des cédéroms spécialisés et des produits associés à la consommation du tabac dans les lieux de vente et les types de points de vente où il serait possible de faire de la publicité du tabac (art. 24);
- 22) le non-assujettissement des publications et émissions produites à l'extérieur du Québec ainsi que de la publicité s'adressant à l'industrie du tabac, aux normes sur la publicité prévues dans le projet de loi, de façon à ne pas nuire à l'importation et à la circulation de la presse étrangère (art. 25);
- 23) la possibilité pour le gouvernement de réglementer l'emballage et la présentation du tabac, compte tenu que certaines normes publicitaires contenues dans le projet de loi s'appliquent également à l'emballage ou au contenant de tabac (art. 27);
- 24) la possibilité pour le gouvernement de réglementer la composition et les caractéristiques des produits du tabac (art. 28);
- 25) la possibilité pour le gouvernement de réglementer les rapports que le ministre de la Santé et des Services sociaux peut exiger de l'industrie du tabac (art. 29 et 30);

- 26) la surveillance du respect de la loi concernant l'usage du tabac par des personnes habilitées à le faire conformément au Code de procédure pénale (art. 31);
- 27) l'octroi de tous les pouvoirs nécessaires aux inspecteurs pour qu'ils puissent effectuer leur travail d'inspection des lieux et activités visés par la loi, y compris des pouvoirs de saisie (art. 32 à 38);
- 28) la possibilité pour les municipalités d'intenter des poursuites pénales et de conserver les amendes pour les infractions à la loi commises sur leur territoire, à l'exception de celles commises dans ou relativement à un lieu occupé par un autre organisme public, ces dernières demeurant sous la juridiction exclusive du Procureur général (art. 39 et 40);
- 29) l'imposition d'amendes pouvant aller, en tenant compte des récidives, de 50 à 3 000 \$ pour des individus, de 400 à 10 000 \$ pour des exploitants de lieux visés par les mesures de protection des non-fumeurs et de 300 à 600 000 \$ pour les intervenants dans la mise en marché des produits du tabac. Les amendes peuvent atteindre 1 M \$ pour les producteurs de produits du tabac (art. 41 à 61);
- 30) l'imposition, en cas de non-respect par les commerçants de certaines dispositions de la loi, de sanctions administratives consistant en une suspension, par le ministre du Revenu, du certificat d'inscription prévu par la *Loi sur la taxe de vente au Québec*, de telle sorte que le marchand perdrait son droit de vendre du tabac, pour des périodes de temps variables, au point de vente où a été commise l'infraction (art. 65 et 66);
- 31) la permission, pour tous les milieux de travail désirant installer des fumeurs, de surseoir aux exigences de ventilation de ceux-ci pendant les 18 mois suivant l'entrée en vigueur de la loi (art. 81);
- 32) la permission, pour tous les restaurants de 35 places et plus désirant installer des aires pour fumeurs, de surseoir aux exigences de cloisonnement et de ventilation de ces aires pendant les 5 ans suivant l'entrée en vigueur de la loi, ce délai étant limité à 1 an dans le cas d'une construction nouvelle ou d'une rénovation majeure (art. 82);
- 33) la permission de surseoir aux exigences de la loi concernant l'emplacement des appareils distributeurs de tabac dans l'année suivant l'entrée en vigueur de la loi (art. 83);
- 34) la permission, dans le cas de contrats de commandite en vigueur le jour du dépôt du projet de loi ou dont la signature constitue un renouvellement de contrat et qui sont destinés à financer des activités prévues pour au plus tard 2 ans après le jour de ce dépôt, de surseoir aux exigences de la loi concernant la commandite, le délai atteignant 5 ans pour les écuries participant au Grand Prix du Canada, et le tout sous réserve, sauf pour les écuries, que les sommes investies dans les commandites concernées ne soient pas supérieures à celles prévues dans les contrats en vigueur au moment du dépôt du projet de loi, ou dans ceux qui ont été renouvelés (art. 84);
- 35) l'aide financière du gouvernement aux commandités "tabac" pour supporter l'adaptation de ces derniers au nouveau contexte défini par l'éventuelle loi à la fin du délai accordé (art. 85);
- 36) la permission, pour tout propriétaire d'installation commanditée et identifiée au tabac au jour du dépôt du projet de loi, de surseoir aux exigences de la loi

concernant la commandite pendant les 2 ans suivant l'entrée en vigueur de la loi (art. 86);

- 37) l'exemption, pour les emballages de produits du tabac en vente au Québec au moment du dépôt du projet de loi, du respect des normes prescrites par la loi en ce qui a trait à ce qui peut apparaître sur les emballages des produits du tabac (art. 87);
- 38) la surveillance de l'application de la loi par les personnes déjà habilitées, par le Procureur général, à délivrer des constats d'infraction dans tous les organismes publics déjà visés par l'actuelle loi sur la protection des non-fumeurs (art. 89);
- 39) l'attribution au ministre de la Santé et des Services sociaux de la responsabilité de l'application de la loi (art. 90).
- B) À défaut d'approuver le Règlement modifiant le Code de déontologie des pharmaciens, ayant pour objet d'interdire la vente de tabac par les pharmaciens, d'insérer dans le projet de loi sur le tabac une disposition précise au même effet.
- C) De prévoir que chaque commandité ayant bénéficié d'un délai de 2 ans avant de se soumettre aux exigences de la loi concernant la commandite "tabac", puisse profiter de l'aide financière transitoire du gouvernement telle que spécifiée plus haut.
- D'assurer une gestion concertée de cette aide afin de maximiser l'impact de la stratégie de communication antitabac qui pourrait lui être associée.
- De fixer le montant initial maximum de cette aide à 75 % du montant versé au commandité par l'industrie du tabac au moment du dépôt du projet de loi. La somme des subventions applicables dans ce contexte est estimée à 23 M \$ (31 M \$ / commandite totale en 1996-97 selon l'industrie du tabac X.75).
- D) De demander au ministre des Finances d'assurer un financement de 26,5 M \$ pour soutenir l'application de la loi (3,5 M \$) et assumer l'aide gouvernementale aux commandités touchés par l'éventuelle loi. À ce montant, s'ajouteront les crédits actuels du ministère de la Santé et des Services sociaux pour la lutte au tabagisme, soit 4,2 M \$.
- E) De demander au Conseil du Trésor de prévoir les ajustements nécessaires au budget prévisionnel des ministères concernés pour permettre la mise en oeuvre de la loi au cours de l'exercice financier 1998-1999.

Le ministre de la Santé et des Services sociaux



Jean Rochon

DE : **Monsieur Jean Rochon**
Ministre de la Santé et des Services sociaux

Le 27 novembre 1996

OBJET : Projet de loi sur le tabac

PARTIE CONFIDENTIELLE

I. EXPOSÉ DE LA SITUATION

I.1 Le tabagisme au Québec

Le phénomène du tabagisme est relié en très grande partie à la consommation régulière et importante de cigarettes. La proportion de fumeurs de cigarettes âgés de 15 ans et plus au Québec est de 35 % dont seulement 4 % de fumeurs occasionnels se concentrant principalement chez les jeunes. Proportionnellement, plus d'hommes que de femmes fument (39 % vs 32 %) et les non-fumeurs se divisent en 2 groupes presque égaux d'ex-fumeurs et de non-fumeurs à vie. Dans le reste du Canada, la prévalence de l'usage de la cigarette est de 29 %; elle est de 28 % en Ontario.

Il est reconnu que le taux de tabagisme varie inversement avec la scolarité et le niveau socio-économique. Les données de l'Enquête sociale et de santé réalisée en 1992-1993 au Québec vont dans le même sens: de 16 % chez les plus instruits, le taux de tabagisme augmente graduellement (5 niveaux) jusqu'à 43 % chez les moins instruits. Alors qu'il est de 21 % chez les mieux nantis, il atteint 45 % à l'autre extrémité du continuum.

Après avoir connu plusieurs années de réduction constante, le tabagisme est en recrudescence depuis 1992-1993 particulièrement chez les jeunes. Ainsi au secondaire, le taux de tabagisme est passé de 19 % en 1991 à 29 % en 1994; la moitié de ces fumeurs sont des fumeurs occasionnels mais la recherche nous apprend que le statut de fumeur occasionnel est un statut de transition vers celui de fumeur régulier. On commence à fumer de plus en plus jeune et ce phénomène est encore plus marqué pour les filles. En première année de secondaire, la proportion des fumeurs chez les garçons est passée de 10 % en 1991 à 13 % en 1994 tandis que chez les filles du même niveau scolaire on est passé de 13 % à 24 % pendant la même période. Au secondaire V, la proportion des garçons fumeurs est passée de 23 % à 27 % tandis que celle des filles a cru de 28 % à 39 % pendant la même période.

I.2 Le tabac et la nicotine

D'une cigarette, on tire environ 10 bouffées qui font pénétrer dans le système respiratoire des gaz et des particules solides. Entre 3 500 et 4 000 composants chimiques, dont une quarantaine reconnus cancérigènes, ont été identifiés dans la fumée de cigarette; la moitié d'entre eux se trouve à l'état naturel dans la feuille de tabac. L'autre moitié est le résultat de la combustion du tabac. Certaines substances sont incorporées pendant le procédé de séchage ou ajoutées par les fabricants (aromates, produits de conservation et agents de combustion).

Parmi les substances ou groupes de substances qui sont aspirés par le fumeur, il y a notamment le monoxyde de carbone (qui diminue le transport de l'oxygène dans les cellules), les goudrons (causes de cancers), l'ammoniac, le plomb, le cyanure, des substances irritantes (diminuent la protection des voies respiratoires) et la nicotine. Cette dernière est une substance toxique qui met 7 secondes à se rendre au cerveau et est un excitant du système nerveux central. Elle crée rapidement une forte dépendance chez le

consommateur de tabac. Ce psychotrope doit donc être consommé plusieurs fois par jour pour en maintenir les effets et soulager les symptômes de sevrage qui se manifestent rapidement en l'absence de consommation. Sa capacité toxicomanogène serait au moins aussi forte que celle de la cocaïne et de l'héroïne. En 1995, la "Food and Drug Administration" des États-Unis a conclu que la nicotine est une drogue. Cette caractéristique explique en partie pourquoi, selon une étude américaine, une très forte proportion des jeunes qui ont fumé au moins 5 cigarettes vont devenir des fumeurs réguliers. La pensée magique qui les pousse à croire qu'ils arrêteront lorsqu'ils le voudront ou avant qu'il ne soit trop tard est vite déjouée.

Grâce à la divulgation de documents internes de l'industrie du tabac, nous savons que celle-ci était pleinement consciente depuis 1962 du pouvoir de la nicotine et des incidences de celui-ci sur le rendement de ses investissements. Qui plus est, ces documents laissent croire que cette industrie manipule le contenu en nicotine du tabac et des produits qui en sont composés.

I.3 Le tabagisme et la santé

Même s'il semble que la nicotine, en soi, ne comporte pas d'effets délétères pour la santé, le véhicule utilisé pour se l'administrer est la première cause de mortalité prématurée et de morbidité évitable que connaisse notre société. Le tabac est le seul produit légal qui tue lorsque utilisé comme prévu.

On estime qu'en 1989, au Québec, 32 % des décès chez les hommes et 15 % de ceux chez les femmes furent dus à la consommation du tabac. Ces décès, souvent prématurés, auraient fait perdre, en moyenne, une douzaine d'années de vie aux victimes concernées. Globalement, la moitié des fumeurs réguliers mourront de causes reliées à leurs habitudes tabagiques dont la moitié avant l'âge de 70 ans.

Bon an, mal an, le tabagisme fait au moins 9 000 victimes au Québec; c'est beaucoup plus de décès que ceux reliés aux causes suivantes combinées : l'alcool, le sida, les drogues illicites, les accidents de la route, le suicide et les meurtres (voir tableau plus loin). Sa réputation d'"ennemi No 1 de la santé publique" lui sied donc bien.

- **les cancers** : on estime que près de 30 % de tous les cancers sont attribuables au tabagisme. L'accroissement de la mortalité par cancer entre 1950 et 1991, au Canada, est explicable par l'augmentation de la mortalité par cancer du poumon; la tendance de la mortalité pour tous les autres cancers est à la baisse.

Le cancer du poumon est le cancer le plus fréquent dans le monde; il a connu une augmentation d'incidence spectaculaire depuis 30 ans. Le tabagisme est, et de loin, le facteur de risque principal de ce type de cancer. Au moins 85 % des cas lui sont associés et plusieurs dizaines d'études épidémiologiques ont établi une relation de cause à effet entre les deux.

Au Québec, en 1993, il y a eu 4 500 décès par cancers des poumons, de la trachée ou des bronches (3 200 hommes et 1 300 femmes). C'est cette cause de décès qui a eu l'impact le plus négatif sur le taux général de mortalité au Québec de 1971 à 1993. Durant cette période, elle a connu une croissance de 81 % en tenant compte du vieillissement de la population. C'est sa montée fulgurante chez les Québécoises qui frappe; chez elles, le taux standardisé a crû d'environ 3,7 fois alors que ce taux a crû d'environ 1,5 fois chez les hommes.

Le phénomène qui s'était produit en 1990 aux États-Unis s'est répété chez nous en 1993 : chez les femmes, la mortalité par cancer de la trachée, des bronches et du poumon a rejoint la mortalité par cancer du sein, faisant chacun environ 1 300 victimes par année.

On sait que le tabagisme cause de 50 à 75 % des cancers des voies digestives supérieures (bouche, pharynx, larynx et oesophage) et de 30 à 40 % des cancers du pancréas, des reins et de la vessie.

La littérature scientifique fait état de relations possibles entre la consommation de tabac et des cancers aussi diversifiés que ceux de l'utérus, du colon, du rectum, du sein et la leucémie.

- **les maladies de l'appareil circulatoire** : le tabagisme double le risque de décéder d'une maladie de l'appareil circulatoire et ce risque est multiplié par 10 chez les fumeuses qui utilisent la pilule anticonceptionnelle. Vingt-cinq à trente pour cent des maladies du coeur et des vaisseaux s'expliquent par ce facteur de risque majeur. Cette proportion peut atteindre 35 % et plus pour les crises cardiaques chez les hommes de 35 à 69 ans. Une relation "dose-effet" est soupçonnée.

Au Québec, plus de 4 000 personnes meurent, chaque année, de problèmes cardio-vasculaires entraînés par leur pratique tabagique : crise cardiaque, anévrisme, accident cérébro-vasculaire, etc.

- **les maladies non cancéreuses de l'appareil respiratoire** : il est bien connu que le tabagisme affecte sérieusement le système respiratoire; il réduit sa capacité fonctionnelle et il dépasse de loin tous les autres facteurs (pollution de l'air, exposition professionnelle...) pour expliquer l'incidence, dans la population, des maladies des voies respiratoires et des poumons comme l'emphysème et la bronchite chronique. Quatre-vingt cinq pour cent des cas reliés à ces deux maladies sont causés par la cigarette. Lors de l'Enquête Santé Québec 1987, il fut démontré que la bronchite et l'emphysème étaient six fois plus rapportés chez les fumeurs et huit fois plus chez les fumeuses que chez leurs contemporains n'ayant jamais fumé.
- **autres problèmes de santé** : des études démontrent le rôle du tabagisme dans la genèse de certains problèmes de santé : ulcères gastriques, ostéoporose, cataractes, impuissance sexuelle et troubles de la fécondité,...

Il est par ailleurs bien documenté que les problèmes reliés à la grossesse sont plus fréquents chez les fumeuses (anomalies du placenta, saignements...). Fumer a un effet sur la croissance du fœtus et augmente le risque de poids insuffisant du bébé à la naissance (moins de 2 500 grammes). Plus on fume, plus le risque est grand.

Les fausses couches et les morts soudaines du nourrisson sont plus fréquentes chez les femmes qui fument pendant leur grossesse. Le Québec a le taux de bébés de poids insuffisant à la naissance le plus élevé au Canada. C'est aussi au Québec que le taux de tabagisme chez les jeunes femmes est le plus élevé et ce, depuis plusieurs années. Le tabagisme n'est pas le seul facteur en cause pour expliquer la forte proportion de bébés de poids insuffisant observée en milieu défavorisé; cependant, la consommation élevée de tabac qui y prévaut joue certainement un rôle important pour ce problème de santé qui laisse sa marque dès la naissance.

- **la fumée de tabac dans l'environnement (FTE)** : en 1992, l'"Environmental Protection Agency" (EPA) des États-Unis a classé la FTE comme cancérigène de "catégorie A". Elle considère ainsi qu'il est démontré que la FTE peut causer le cancer, notamment le cancer du poumon, chez les non-fumeurs qui y sont exposés. Une étude du gouvernement fédéral a estimé qu'au Québec, en 1989, près de 100 personnes non-fumeuses seraient décédées d'un cancer du poumon relié à la FTE.

Des chercheurs français évaluent à 25 % l'augmentation du risque de cancer du poumon chez le non-fumeur vivant avec un fumeur par comparaison avec le risque observé chez le non-fumeur non exposé, alors que l'EPA, aux États-Unis, l'évalue à 33 %.

L'exposition à la FTE accroît aussi le risque de maladies cardiaques et les données disponibles démontrent une relation "dose-effet" positive.

Les non-fumeurs exposés à la FTE sont sujets à une irritation des yeux, à la toux, à la formation de mucus et à des malaises variés; ceux qui ont des problèmes respiratoires

sont particulièrement affectés. La femme enceinte non-fumeuse voit augmenter légèrement le risque d'accoucher d'un nouveau-né présentant un retard de croissance intra-utérine si elle est régulièrement soumise à des environnements enfumés.

Les enfants sont particulièrement vulnérables à la fumée de tabac, surtout avant l'âge de 2 ans. Chez eux, on observe une plus grande fréquence d'infections des voies respiratoires inférieures comme la bronchite, la bronchiolite et la pneumonie, de problèmes de l'oreille moyenne, d'irritation des voies aériennes supérieures, ainsi qu'une réduction de la fonction respiratoire.

Chez les enfants souffrant d'asthme (10 à 12 % des jeunes d'âge mineur), l'exposition à la FTE provoque des attaques plus nombreuses et des symptômes plus graves. Elle est également un facteur de risque en ce qui concerne l'apparition de l'asthme chez des enfants qui n'avaient pas présenté de tels symptômes auparavant.

- **les impacts** : le tableau suivant présente un estimé conservateur des impacts reliés à l'abus de substances au Québec en 1992, selon une étude récente du Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies. Le lourd tribut qu'impose la consommation du tabac est clairement mis à jour.

	Alcool	TABAC	Drogues illégales
• Mortalité/total	1 637	9 457	198
• Mortalité/100 000h.	23	132	2,8
• Années de vie perdues/total	46 684	144 725	8 568
• Années de vie perdues/100 000h.	653	2 024	120
• Hospitalisations/total	17 778	52 735	1 624
• Hospitalisation/100 000h.	249	737	23
• Jours d'hospitalisation/total	387 359	945 656	19 410
• Jours d'hospitalisation/100 000h.	5 417	13 225	271
• Coûts de santé directs (\$)	339 978 000	661 313 000	22 179 000
• Coûts directs/capita (\$)	48	93	3
• Coûts totaux (\$)	1 728 517 000	2 366 748 000	334 299 000
• Coûts totaux /capita (\$)	242	331	47
• Pourcentage coûts totaux/ coûts pour 3 substances	39,2	53,3	7,5

Le fardeau financier que représentent pour l'État les coûts des soins de santé associés au tabagisme a incité jusqu'à maintenant 14 états américains à poursuivre les fabricants de tabac afin que ces derniers remboursent une partie des frais de santé encourus par la consommation de leur dangereux produit.

I.4 La dynamique culturelle du tabagisme

La pérennité du phénomène tabagique, et donc de l'industrie du tabac, repose sur le recrutement de nouveaux fumeurs chez les jeunes. Il est en effet bien démontré que très peu d'individus commencent à fumer après l'âge de 19 ou 20 ans. Le défi de l'industrie est donc de rendre le tabac et le tabagisme attrayants pour les jeunes, et ce, en capitalisant sur la dynamique fondamentale que l'on retrouve dans chaque culture et qui repose sur les modèles, les normes, les valeurs et les institutions propres à cette culture. Considérons le "marketing mix" du tabagisme (produit, prix, place, promotion) pour mieux saisir sa "présence" dans notre environnement culturel.

- **le produit** : c'est un produit légal dont la production n'est soumise à aucun contrôle contrairement aux produits dangereux qui sont défendus ou sous surveillance.

La couleur blanche de la cigarette inspire la pureté; son filtre et, parfois, sa qualité de "légère" rassurent un peu. On lui donne à l'occasion une saveur particulière

(ex.: menthol). Sa forme peut être recherchée afin de plaire à certaines clientèles (cigarettes minces et longues). Finalement, on l'insère dans un emballage soigné qui se place bien dans la poche de chemise ou la bourse.

- **le prix** : le prix du paquet de cigarettes est relativement accessible, surtout depuis février 1994 alors qu'il y a eu une baisse importante des taxes pour enrayer la contrebande des cigarettes. Il est démontré que le prix influence la consommation et ce, surtout chez les jeunes; des études tant de l'industrie du tabac que des gouvernements en ont fait la démonstration.
- **la place (réseau de distribution)** : les cigarettes sont en vente dans une multitude de lieux; on évalue qu'il existe présentement entre 40 et 60 000 de ces points de vente : épiceries, dépanneurs, tabagies, garages, pharmacies, postes d'essence, restaurants,... Même si une loi fédérale le défend, on sait que la vente de tabac aux personnes mineures est chose courante. Un produit aussi accessible, même en pharmacie, peut-il être si dangereux?
- **la promotion** : la promotion, au sens large, du tabac et du tabagisme se fait de multiples façons, directement ou indirectement.

◊ **les fumeurs** : le tiers de la population est composé de fumeurs qui manipulent et consomment ostensiblement des cigarettes dans beaucoup d'endroits. L'Enquête sociale et de santé 1992-1993, au Québec, a révélé que 52 % des enfants de 0 à 14 ans côtoyaient un fumeur à la maison.

Les très jeunes non-fumeurs (10-13 ans) ont également l'exemple de jeunes fumeurs (le tiers de la population des 14-17 ans) avec lesquels ils partagent un milieu de vie dès leur entrée au secondaire.

◊ **l'emballage** : les fabricants y attachent beaucoup d'importance car c'est le véhicule de la marque et de l'identité du produit contenu dans l'emballage. La qualité perçue de l'emballage se répercute sur la qualité perçue de la cigarette qui en sort.

◊ **le cinéma et la télévision** : ils véhiculent l'image de personnages et personnalités qui fument et consomment certaines marques de produits du tabac; ces personnages et personnalités sont souvent appréciés, voir adulés, par le public et les jeunes. Il est bien connu que les compagnies de tabac utilisent ce canal promotionnel et supportent la production de films dans lesquels les personnages fument et utilisent certaines marques de cigarettes.

◊ **étalage des produits** : non seulement les points de vente sont-ils nombreux mais en plus la présence des produits du tabac dans ces lieux est souvent envahissante : présentoirs libre-service près des caisses, étalage démesuré des produits. Pareil étalage fait partie de la stratégie publicitaire de l'industrie.

◊ **mise en marché de friandises imitant les produits du tabac, notamment les cigarettes** : une familiarisation avec le produit dès le plus jeune âge.

◊ **dons des compagnies de tabac** : grâce à leurs importantes ressources financières, les fabricants du tabac peuvent multiplier les dons à diverses causes : fondations, associations,...L'image corporative ne s'en porte que mieux.

◊ **publicité et commandite** : canal privilégié des compagnies de tabac pour assurer la présence du tabac, des produits du tabac et du tabagisme dans notre vie quotidienne. On y vante le goût, la saveur ou le plaisir qu'on veut associer aux produits; on tente d'associer à ces derniers des ambitions, des valeurs et des intérêts auxquels les jeunes sont particulièrement sensibles : indépendance, exaltation, goût du risque, beauté, minceur, aisance matérielle,... Les compagnies prétendent soutenir tout ce déploiement afin de s'arracher mutuellement des

clients fumeurs et non pour recruter de nouveaux fumeurs. Cependant, à peine 10 % des fumeurs changent de marque de cigarettes et souvent le changement de marque se fait sans nécessairement changer de fabricant. Notons qu'il n'y a, à toute fin pratique, que trois fabricants de produits du tabac au Canada : RJR - MacDonald, Rothmans Benson and Hedges et Imperial Tobacco, lesquels sont largement contrôlés par des intérêts américains et étrangers.

Le développement récent de la commandite d'événements destinés aux familles permet indirectement de rejoindre et d'attirer les jeunes vers le tabagisme et garantit un marketing télévisuel à un coût relativement peu élevé.

La commandite permet à l'industrie d'"acheter" des appuis qui rendent la présence du tabac et sa promotion indispensables. Les intérêts économiques privés à court terme prennent alors le pas sur les préoccupations au regard de la santé publique. Cette stratégie de contrôle culturel est de plus en plus développée.

Le recours par l'industrie du tabac à un "marketing mix" bien articulé s'inscrit dans une longue tradition. Il en résulte une situation favorisant la "normalité" et l'"acceptabilité" sociales du tabac et du tabagisme. Dans ce contexte, le fumeur est encouragé à fumer et réconforté dans son statut de fumeur; un pareil climat culturel devient promoteur de tabagisme et interpelle le jeune non-fumeur par des normes et des rites de passage propres à faciliter son entrée dans le monde adulte fumeur. C'est une situation dont le pouvoir incitatif ne résulte pas simplement de l'addition des pouvoirs incitatifs des éléments qui la composent; c'est un pouvoir plus grand qui résulte de l'ensemble des relations entre ces éléments, en somme, de leur "mix".

1.5 La lutte au tabagisme

Par rapport à l'histoire du tabagisme, ce n'est que récemment, soit à partir des années cinquante, que nous avons pris conscience de la pleine nature de cette toxicomanie et de son impact sur la morbidité et la mortalité. C'est récemment également que nous avons pris conscience des profondes racines culturelles et économiques du problème et de la nécessité, pour combattre ce dernier, d'aller bien au-delà de l'information et de l'éducation du consommateur actuel ou futur de tabac. Le message sanitaire est sine qua non mais il est à lui seul insuffisant; c'est le message culturel qui doit être transformé car c'est là que se situe le coeur du problème. Ce message culturel est actuellement largement contrôlé par une puissante industrie qui le dynamise dans le sens de ses seuls intérêts économiques, aux dépens d'une forte proportion de la population et plus particulièrement des jeunes.

Le problème de santé publique prend alors une importante dimension sociale et interpelle l'État, pour devenir sociopolitique. Le tabagisme doit être combattu énergiquement et efficacement et seulement une intervention gouvernementale articulée peut permettre une prise de contrôle du message culturel et sa réorientation dans le sens des intérêts de la population, laquelle ne peut s'en remettre qu'à son gouvernement à cet égard.

En janvier 1995, le ministère de la Santé et des Services sociaux a annoncé une intensification de la lutte au tabagisme en capitalisant surtout sur la prévention et la protection des non-fumeurs. Le réseau de la santé publique a été activement impliqué dans la démarche toujours en cours. L'approche privilégiée s'inspire des principes mondialement reconnus pour espérer contrer efficacement le fléau décrit plus haut. Elle fait appel à plusieurs stratégies complémentaires qui doivent être organisées, elles aussi, dans un "mix" susceptible de créer le message antitabac souhaité.

L'éducation

L'éducation est un volet classique de la prévention du tabagisme; malgré les limites de sa portée, sa pertinence demeure certaine.

Le milieu scolaire, celui des loisirs et le milieu familial sont les canaux privilégiés pour implanter des programmes qui transmettront aux jeunes l'information susceptible de les dissuader de fumer et les compétences utiles pour consolider leur comportement de non-fumeurs.

Les communications

L'éducation de masse et la promotion des idées passent par les communications. L'intervention ministérielle s'est particulièrement manifestée par des campagnes sociétales visant la prévention chez les jeunes et par l'animation de la Semaine québécoise sans fumer, laquelle fut surtout orientée vers la promotion d'espaces sans fumée.

La taxation

Il est bien documenté que la taxation des produits de tabac en réduit la consommation et ce, notamment chez les jeunes; elle constitue une stratégie de prévention de premier plan.

La taxe sur les produits du tabac a été fortement réduite en février 1994 afin de mettre fin à la contrebande de cigarettes; les observateurs font d'ailleurs de cette réduction, la cause de l'augmentation récente du tabagisme chez les jeunes.

La taxation étant toujours une avenue d'intervention à privilégier, il n'en demeure pas moins qu'il faut maintenant y avoir recours avec circonspection compte tenu d'une relance toujours possible de la contrebande.

La cessation

Il est difficile de cesser de fumer, mais non impossible; le 30 % de la population québécoise âgée de 15 ans et plus qui est composé d'ex-fumeurs en est la preuve. Une forte proportion de ces personnes ont cessé de fumer par elles-mêmes, bien souvent après plusieurs tentatives.

Par ailleurs, la recherche nous apprend que les services de support à la cessation de fumer ont des taux de réussite ne dépassant pas 35 à 40 %.

Dans ce contexte, le Ministère a choisi d'abord de favoriser la prévention du tabagisme et la protection des non-fumeurs dans son plan de lutte au tabagisme. Une intervention particulière pour promouvoir et supporter l'abandon du tabagisme sera définie ultérieurement.

La législation

La législation constitue une approche stratégique fondamentale dans la lutte au tabagisme. Une législation antitabac a l'avantage de pouvoir attaquer le problème sur plusieurs fronts. Elle sert de catalyseur dans la mobilisation de plusieurs secteurs de la société et crée un contexte favorable pour l'atteinte des objectifs visés par d'autres approches stratégiques (éducation, communications, support à la cessation...) La législation permet de développer un contexte social et culturel qui protège contre la fumée du tabac, qui permet une perception plus juste du tabac, qui valorise le non-usage du tabac et qui, donc, n'incite pas à fumer. Il n'est donc pas surprenant que plus de 90 pays y aient eu recours jusqu'à maintenant.

Le présent mémoire et le projet de loi qui l'accompagne proposent une accentuation majeure de l'engagement du Québec dans la législation antitabac. Le lecteur trouvera dans la section suivante une discussion de la pertinence et des assises de la démarche suggérée.

En terminant signalons qu'un rattrapage s'impose dans la lutte au tabagisme. Selon l'étude du Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies citée plus haut, le Québec a investi, en 1992, 9,93 M\$ pour la prévention, la recherche et l'application des lois concernant le tabagisme : c'est 0,4 % du coût économique dû au tabac tel que calculé dans cette étude. Pour l'alcool, on avait alors dépensé 264,26 M\$, soit 15 % de son coût économique, alors que pour les drogues illicites le montant s'est élevé à 100,70 M\$, soit 30 % de son coût économique. On avait donc beaucoup moins dépensé pour la substance qui implique les coûts socio-économiques des plus élevés.

II. LES LOIS EXISTANTES

II.1 Au plan fédéral

Certaines lois fédérales concernant le tabac s'appliquent bien sûr au Québec.

- *Loi sur la vente de tabac aux jeunes* (1993) :

- Âge minimum pour acheter du tabac : 18 ans. Le respect de cette mesure n'est cependant pas surveillé de près et les plus récentes études évaluent à au plus 50 % le taux de respect de la loi par les vendeurs de cigarettes au détail au Québec.
- Contenu minimum des paquets de cigarettes : 20 unités par paquet. Vente à l'unité interdite.
- Distributeurs automatiques interdits dans les lieux accessibles aux jeunes. Les distributeurs avec contrôle à distance ont été acceptés par Santé Canada.

- *Loi sur la santé des non-fumeurs* (1988) :

- Interdiction de fumer à bord de tous les aéronefs exploités par des transporteurs aériens canadiens. Le tabagisme est limité à pas plus du tiers de l'espace réservé aux voyageurs sur les trains de voyageurs et à pas plus de 30 pour cent de la surface totale de toutes les zones d'un navire destinées à l'usage des passagers, à l'exclusion des cabines de passagers. On limite également le tabagisme à pas plus de 30 pour cent des parties d'une aérogare ou des gares maritimes, ferroviaires et routières dans lesquelles le public est admis.
- La loi limite le tabagisme aux fumeurs ou zones désignées dans les lieux de travail, lorsque l'employeur est l'administration publique fédérale, le Sénat, la Chambre des communes, la Bibliothèque du Parlement, un membre du Sénat ou de la Chambre des communes, une banque ou un centre de radiotélédiffusion.

- *Loi réglementant les produits du tabac* (1988) :

- Mises en garde en matière de santé et liste de substances toxiques sur l'emballage.
- Publicité des produits du tabac interdite.
- Produits dérivés interdits.
- Cadeau, remise, concours,... interdits
- Distribution gratuite interdite.
- Permet clairement l'utilisation du nom intégral d'un fabricant ou importateur de produits du tabac, sans toutefois y associer un produit du tabac, dans toute mention au public qui vise à promouvoir des activités ou manifestations culturelles ou sportives, ou qui fait état des concours financiers ou autres apportés par le fabricant ou l'importateur à la réalisation de cette activité ou manifestation.
- Remise de rapports périodiques par les fabricants et les importateurs.

Ce qui précède ne s'applique pas à des sociétés de façade utilisées pour faire la promotion de manifestations (par exemple, "Autosports Player's Ltée" ou "Jazz du Maurier"), mais interdit l'utilisation des marques de commerce de tabac dans le même but (par exemple, "Autosports des cigarettes Player's Légères").

Cette loi a cependant été largement invalidée par un jugement majoritaire (5-4) de la Cour suprême du Canada en septembre 1995. Les juges ont statué que l'objectif des mesures législatives, soit la réduction du tabagisme, était valide et important et qu'il justifiait une restriction de la liberté d'expression. Mais le gouvernement fédéral n'a pas su démontrer qu'une interdiction totale de la publicité était nécessaire et qu'une interdiction partielle n'aurait pas permis d'arriver aux mêmes fins; ainsi il ne fut pas démontré qu'une publicité purement informative ou de fidélité aux marques aurait accru la consommation. On n'a donc pas justifié une telle atteinte à la liberté d'expression garantie par la Charte canadienne des droits et libertés. La restriction découlant d'une loi doit être minimale, c'est-à-dire que la loi doit être soigneusement adaptée de façon à ce que l'atteinte aux droits ne dépasse pas ce qui est nécessaire : c'est le principe de l'"atteinte minimale". Dans ce cas, la preuve de son respect n'a pas été faite.

Selon la Cour, plusieurs autres mesures moins envahissantes constitueraient une atteinte raisonnable au droit à la liberté d'expression étant donné l'importance de l'objectif : "les adaptations qui s'imposent pour satisfaire au critère de l'atteinte minimale ne sont pas importantes mais elles sont tout à fait nécessaires pour rendre la loi constitutionnelle",

Seules l'obligation des rapports, l'interdiction de la distribution gratuite de tabac et l'obligation de mises en garde en matière de santé, si celles-ci sont désormais attribuées, ont survécu au jugement.

Le ministère fédéral de la santé prépare actuellement un projet de loi pour remplir le vide créé par le jugement de la Cour suprême. On se propose d'y intégrer les éléments de la loi actuelle sur la vente du tabac aux jeunes, ceux de la loi rejetée par la Cour suprême en faisant une nouvelle preuve de leur pertinence, ainsi que certains autres éléments concernant le suivi des activités de l'industrie et le contrôle des substances contenues dans les produits du tabac. Cette législation viendrait englober, voire rehausser, les caractéristiques de la *Loi sur les produits dangereux* (LPD) et de la *Loi sur les aliments et drogues*. Le tabac est énuméré parmi les marchandises réglementées par la LPD, mais on ne peut le réglementer à cause d'une disposition antérieure qui l'exempte des dispositions de la loi. Depuis plusieurs années, des groupes de pression revendiquent que cette exemption soit levée et que le tabac soit soumis aux impératifs de la loi même si elle ne constitue pas un cadre légal parfait pour ce produit. Le projet de loi fédéral répondrait à cette demande en proposant un cadre légal spécifique et "sur mesure" pour le tabac. Il est actuellement impossible de prévoir quand le projet de loi sera déposé à la Chambre des Communes, bien qu'il ait été question de l'automne 1996. De plus, il reste à voir si le projet aura vraiment la portée qu'on avait l'intention de lui donner.

II.2 Au plan québécois

Si on fait abstraction des lois concernant la taxation, il n'existe qu'une loi visant le tabagisme, soit la *Loi sur la protection des non-fumeurs dans certains lieux publics*, dont l'application relève du ministre de la Santé et des Services sociaux depuis juin 1994. En vigueur depuis 1987, cette loi stipule que dans un lieu occupé par un organisme gouvernemental, municipal ou scolaire, il est interdit de fumer dans :

- une salle ou comptoir destiné à des prestations de services;
- une bibliothèque, un ascenseur, un laboratoire, une salle de conférence, de cours ou de séminaire;
- une aire désignée par la personne ayant la plus haute autorité dans l'organisme.

Dans un lieu occupé par un établissement de santé et de services sociaux, il est interdit de fumer sauf dans :

- un lieu réservé au personnel;
- un fumoir;
- une aire désignée par la personne ayant la plus haute autorité dans l'organisme.

La loi interdit de fumer dans :

- une ambulance, une voiture de métro ou un autobus pour le transport des écoliers, de personnes handicapées, de transport urbain ou aéroportuaire;
- une section correspondant à au moins 70 % des sièges dans un autobus de transport interurbain ou touristique. L'interdiction est totale dans un autobus interurbain dont le parcours est de 300 km ou moins;
- une section correspondante à au moins 50 % des sièges d'un train ou d'un traversier;
- un lieu utilisé pour des activités religieuses, sportives, judiciaires, culturelles ou artistique, pendant ces activités;
- un lieu utilisé pour des services de garde;
- une salle d'attente du cabinet d'un professionnel de la santé régi par le *Code des professions*;

- un laboratoire visé au paragraphe b de l'article 1 de la *Loi sur la protection de la santé publique*.

Pour assurer la protection des non-fumeurs, la loi actuelle n'a pas juridiction sur tous les endroits où cette protection est requise comme les milieux de travail, par exemple.

Par ailleurs, son application est très inégale et, dans plusieurs milieux, les personnes ayant la plus haute autorité n'assument pas les responsabilités que leur a conférées la loi. Aucun recours ne peut forcer ces autorités à agir conformément à la loi.

De nombreuses plaintes de non-fumeurs ont été enregistrées et souvent ces personnes n'osent pas porter plainte auprès des autorités immédiatement concernées de peur de représailles, comme c'est le cas notamment dans un contexte employeur-employé.

En dépit de ses limites, la loi de 1987 a contribué significativement à la reconnaissance de la nécessité d'assurer la protection de tous contre l'exposition à la fumée de tabac dans les lieux publics. Elle a joué un rôle dans la construction du consensus de l'opinion qui rend maintenant possible le renforcement des mesures législatives qui sont nécessaires pour ce faire.

II.3 Pour une législation québécoise

Le cadre législatif concernant le tabac et le tabagisme au Québec relève actuellement des gouvernements provincial et fédéral. En plus d'être bicéphale, ce cadre souffre de certaines lacunes tant dans sa composition que dans son application. Force est de reconnaître qu'il n'a pas la consistance et le caractère de celui qui concerne l'alcool compte tenu de la nocivité de la consommation du tabac.

Pour assumer à fond et efficacement ses responsabilités en rapport avec le problème de santé publique que constitue le tabagisme, le gouvernement du Québec doit développer et actualiser un plan d'action qui rende justice aux pleins pouvoirs législatifs du Québec dans ce champ; ceci soulève évidemment la problématique constitutionnelle de cette intervention.

Le Québec peut donc et doit se doter d'une loi antitabac globale; la section suivante présentera les mesures qui peuvent y être incorporées et qui peuvent concourir à solutionner le problème du tabagisme.

Quelques remarques s'imposent d'emblée.

L'intervention législative vise le tabagisme comme phénomène et non les fumeurs pour les empêcher de fumer; le droit de fumer n'est pas contesté fondamentalement mais il est "contexté", comme le sont beaucoup de nos comportements en société, et la protection de la santé et du bien-être des non-fumeurs devient, à cet égard, un impératif majeur. On ne peut se fier simplement à la courtoisie des fumeurs car celle-ci est trop facilement bousculée par l'urgence de soulager les symptômes de sevrage caractéristiques du tabagisme.

Il en va de même de la légalité du tabac et de sa consommation. Même si en raison de sa toxicité, le tabac ne pourrait être mis en marché de nos jours et serait fort probablement déclaré illégal comme on l'a fait pour le DDT ou les BPC, cette "illégalisation" est écartée et jugée inappropriée dans le contexte actuel. Compte tenu de la proportion importante de la population qui consomme du tabac, des problèmes multiples pourraient en découler et aggraver la situation : contrebande, criminalité,... Par ailleurs, comme le reconnaissait la Cour suprême du Canada dans son jugement en septembre 1995, il serait absurde de restreindre la compétence législative dans ce nouveau domaine d'intérêt public simplement parce qu'on ne peut pas, d'un point de vue pratique, imposer une interdiction visant plus précisément le mal.

L'illégalisation constitue une forme extrême de mise au ban de la société de comportements ou de produits. Sans être illégal, un comportement ou un produit peut-être non souhaitable voire inacceptable à certains égards ou dans certaines conditions à cause du risque ou du danger qu'il constitue pour la société. D'autres mesures législatives peuvent très bien traduire la volonté de protéger la santé publique contre certains produits ou comportements. C'est pourquoi, malgré les droits légaux de produire, de mettre en marché et de consommer du tabac, la nocivité de ce dernier légitime parfaitement des mesures législatives ayant pour but d'en diminuer le statut et la consommation au maximum. Le tabac a d'ailleurs depuis trop longtemps échappé aux règles promulguées par notre société pour se prémunir contre les produits dangereux.

III- LES SOLUTIONS AINSI QUE LEURS AVANTAGES ET LEURS INCONVENIENTS

La solution proposée consiste en l'adoption d'une loi renforcée intégrant des mesures d'encadrement et donnant au gouvernement le pouvoir d'agir sur plusieurs aspects complémentaires de la lutte au tabagisme:

- la protection des non-fumeurs
- la réduction de l'accessibilité du tabac aux personnes mineures
- le contrôle de la promotion du tabagisme et des produits du tabac
- le contrôle de la publicité sur les produits du tabac
- le contrôle du produit
- l'éducation, l'éthique et le tabac
- la régulation et contrôle

Les résultats visés par les mesures reliées à la promotion, à la publicité et à l'éthique étant les mêmes, les mesures proposées doivent être appréciées dans leur ensemble plutôt qu'une à une.

III.1 - Protection des non-fumeurs

III.1.1 - Interdire de fumer dans tous les lieux fermés affectés à un usage collectif ou accessibles au public (commerce, lieux d'activités diverses, milieux de travail, transports, taxi, lieux communs dans un immeuble à appartements,...) sauf dans des fumoirs correctement ventilés. Seuls les bars et les discothèques pourraient faire exception à cette règle.

Par ailleurs, l'aménagement d'aires pour fumeurs serait possible dans certains lieux (centres commerciaux, casinos, centres de congrès, gares, chambres d'hôtel,...). Dans les restaurants, ces aires devraient devenir obligatoirement closes et aérées 2 ans après l'adoption de la loi.

Le gouvernement pourra prescrire par règlement des normes concernant les fumoirs, les aires pour fumeurs et l'affichage requis pour indiquer l'interdiction ou la permission de fumer.

- Avantages et inconvénients

L'option choisie protège efficacement les non-fumeurs et précise la situation en promulguant une norme claire et de portée générale. Les autorités dans les différents milieux concernés n'auront pas à porter l'"odieux" de ce choix en faveur de la santé. C'est une mesure qui, bien que ce ne soit pas sa raison d'être, aura un effet important de "dénormalisation" du tabagisme tout en réduisant la consommation du tabac.

Les premiers inconvénients toucheront les fumeurs qui auront à remodeler leurs habitudes tabagiques de façon relativement importante. L'occupant ou l'exploitant d'un lieu visé par la loi devra assumer un affichage reflétant les interdits et les permissions de fumer contenus dans la loi et s'appliquant dans ce lieu. Les implications financières à cet égard seraient minimales. S'il retient l'option de rendre un fumoir ventilé disponible, les coûts reliés à son installation s'ajoutent à moins qu'il dispose déjà d'un tel aménagement.

III.2 - Réduction de l'accessibilité du tabac aux personnes mineures

III.2.1 - Interdire de vendre du tabac à une personne mineure et obliger un affichage à cet égard

- Avantages et inconvénients

Il serait illusoire de croire que cette mesure bloquera l'accès des mineurs au tabac et les empêchera de s'en procurer de quelque façon. Cette interdiction est d'abord un signal, un message de la société qui marque sa désapprobation pour le tabac; permettre la vente aux jeunes deviendrait un message tout à fait inadmissible.

La pertinence de dédoubler la loi fédérale dans ce domaine réside dans le fait que le gouvernement fédéral ne surveille pas étroitement le respect de sa loi. Or, il est bien connu que sans cette surveillance, la loi n'est pas respectée et la situation devient rapidement semblable à celle qui prévaut en l'absence de loi. Il faut donc que les détaillants sentent qu'il est dans leur intérêt de respecter la loi (surveillance active et sanctions sévères en cas de délit).

III.2.2 - Interdire l'emballage des cigarettes en paquets de moins de 20 unités.

- Avantages et inconvénients

Cette mesure est déjà en vigueur au plan fédéral et son respect ne semble pas problématique. Sa présence dans la législation québécoise ne cause par ailleurs pas d'inconvénient dans le contexte actuel.

III.2.3 - Obliger que toute vente au consommateur se fasse de main à main entre le vendeur et l'acheteur (présentoirs libre-service, distributeurs automatiques et vente par la poste sont interdits).

- Avantages et inconvénients

Cette condition de vente est requise pour assurer un meilleur contrôle de l'âge du client et élimine un mode d'accès plutôt marginal mais bien réel, le vol. Elle renforce l'idée que les produits de tabac ne sont pas inoffensifs et que leur distribution requiert un encadrement à l'instar de la vente des produits pharmaceutiques et des produits alcoolisés.

Elle entraînera par contre des pertes de revenus pour le détaillant qui reçoit une compensation financière des fabricants pour installer un présentoir près de sa caisse dans un objectif de promotion ou pour le propriétaire de distributeurs automatiques. Actuellement, 311 propriétaires de distributeurs ont un permis de vente du tabac du ministère du Revenu et ils possèdent 6 200 distributeurs de produits du tabac.

À noter que les revenus perdus par les propriétaires de distributeurs automatiques deviennent des revenus supplémentaires pour les autres détaillants.

III.3 - Contrôle de la promotion du tabagisme et des produits du tabac

III.3.1 - Donner au gouvernement le pouvoir de réglementer l'emballage et la présentation des produits du tabac

L'emballage du tabac (le paquet) est un des principaux véhicules de la promotion des produits du tabac; il permet également de transmettre une information appropriée au consommateur sur le produit vendu.

- **Avantages et inconvénients**

Une réglementation appropriée, s'inspirant entre autres de celle proposée pour la publicité, pourrait réduire le "glamour" des produits véhiculé via l'emballage du tabac et empêcher des allusions trompeuses ayant trait à leur qualité. Il deviendrait possible aussi d'assurer une meilleure information du consommateur et de mieux faire connaître le produit en ajoutant davantage d'information à son sujet sur le paquet.

Pareille réglementation serait susceptible d'obliger les fabricants à encourir des frais pour satisfaire de nouvelles exigences.

III.3.2 - Interdire les activités promotionnelles au sens spécifique du terme (distribution gratuite de tabac, offre de rabais, cadeau, remise, concours, vente de friandises imitant les produits du tabac).

- **Avantages et inconvénients**

Cette interdiction élimine des activités qui ont un effet incitatif important, qui contribuent à rendre le piège de la nicotine plus menaçant ou qui accentue la familiarisation avec le tabagisme dès le plus jeune âge.

Elle est requise dans la foulée des mesures de ce projet de loi visant à ne permettre que les mesures de promotion et de publicité requises pour respecter la décision de la Cour suprême sur la publicité.

III.3.3 - Donner au gouvernement le pouvoir de réglementer l'étalage des produits du tabac dans les points de vente.

- **Avantages et inconvénients**

Cette mesure s'attaque à une stratégie importante de l'industrie pour faire connaître ses produits et pour rendre le tabac présent et normal dans la société. Elle constitue en fait une stratégie publicitaire financée par l'industrie du tabac, les détaillants étant rémunérés pour exposer sur un large espace les produits qu'ils vendent.

La réglementation mettrait fin à cette source de revenus. Cette perte pourra par ailleurs être compensée par les revenus découlant des permissions accordées pour l'affichage à l'intérieur des points de ventes prévus dans la section suivante.

III.4 - Contrôle de la publicité sur les produits du tabac

III.4.1 - Interdire toute publicité, directe ou indirecte, en dehors des balises suivantes :

- permise uniquement dans les publications écrites non destinées principalement aux personnes mineures et par affichage à l'intérieur des lieux où du tabac est vendu;
- elle ne doit pas :
 - . viser les personnes mineures ou être attirante pour elles;
 - . associer le tabac à un mode de vie ou ce qui peut le sous-tendre;
 - . utiliser des personnages ou des personnalités connus;
 - . utiliser des slogans;
 - . comporter autre chose que du texte.
- elle doit :
 - . comprendre des mises en garde sur les dangers du tabagisme;
 - . se soumettre aux normes que le gouvernement pourra définir concernant son contenu, sa présentation et sa parution;
 - . avoir été approuvée par les instances responsabilisées à cet effet.

Pour respecter les ententes internationales, une certaine publicité venant de l'extérieur du Québec et intégrée à l'intérieur du contenu d'une émission ou d'un magazine sera possible. Elle ne peut toutefois être "placée" par des personnes faisant affaire au Québec.

- Avantages et inconvénients

La mesure souhaitable en matière de publicité aurait été l'interdiction totale. La mesure proposée prévoit plutôt une approche suffisamment permissive pour satisfaire le principe de l'atteinte minimale aux libertés individuelles tel que soutenu par la Cour suprême du Canada (comme vu plus haut). L'industrie peut rejoindre ses clients fumeurs à l'intérieur d'un univers auquel les jeunes ont un accès en pratique plus limité, ce qui les soustrait largement à l'influence publicitaire.

Les revenus générés par la publicité à l'intérieur des points de vente pourront compenser ceux que la réglementation de l'étalage pourrait faire perdre.

III. 4.2 - Interdire toute commandite directe ou indirecte d'activité ou d'installation associant la promotion du tabac, d'un produit du tabac, d'une marque de produit du tabac ou d'un fabricant de tabac.

La commandite est souvent perçue comme du mécénat ; elle est en fait un moyen de marketing des plus puissants. La commandite permet à l'industrie, à coût restreint, d'accroître sa notoriété, d'augmenter sa visibilité, de marquer son rôle social, d'avoir accès à des moyens publicitaires par ailleurs interdits en vertu des règles générales (média électronique, affichage) et de rejoindre les consommateurs dans un environnement agréable (généralement des activités culturelles, sportives ou de loisirs fréquentées par les familles et les jeunes) et favorable à la perception et à la rétention des messages.

La commandite comme telle n'est pas interdite. Elle l'est dans la mesure où on y associe des exigences de promotion et de publicité.

- Avantages et inconvénients

On élimine ainsi une forme de publicité et de fort conditionnement culturel qui se sont beaucoup développés afin de contourner la loi fédérale réglementant les produits du tabac; on bloque un canal publicitaire qui permet souvent de rejoindre la famille et les jeunes non-fumeurs. Le seul créneau publicitaire possible serait alors celui décrit ci-haut.

Par ailleurs, on restreint ou réduit substantiellement également une source de financement appréciable pour de nombreux organismes et événements. Le retrait de l'industrie du tabac du domaine des commandites priverait de 60 millions de dollars, 370 événements différents au Canada selon Le Ralliement pour la liberté de commandite. Les informations fournies par le ministère de la Culture et des Communications du Québec et le ministère des Affaires municipales situent l'impact au Québec de cette mesure autour de 42% de cette somme, soit environ 25 millions de dollars dont 13,5 M \$ pour le milieu culturel et 11,5 M \$ pour les organismes sportifs pour un peu plus d'une centaine d'événements. Les chiffres disponibles nous font estimer à entre 10 et 15 % la part du financement des événements reposant sur la commandite de l'industrie. Vu la précarité des secteurs soutenus par la commandite, on peut s'attendre à ce que la résistance soit aussi robuste qu'intéressée en certains quartiers du monde des arts et du sport amateur (voir aussi sections "Les implications pour la Métropole" et "L'impact réglementaire").

À noter que dans la mesure où le gouvernement du Canada prévoirait une mesure similaire, l'impact au Québec sera essentiellement le même.

III.5 - Contrôle du produit

III.5.1 - Donner au gouvernement le pouvoir de réglementer la composition des produits du tabac

- Avantages et inconvénients

Une intervention à cet égard permettrait d'agir au besoin pour réduire la nocivité du tabac, contrôler l'ajout d'additifs destinés à rendre celui-ci plus satisfaisant, contrôler son contenu en nicotine et réduire les dangers liés à la manipulation des produits du tabac allumés.

Le pouvoir réglementaire du gouvernement lui permettrait d'adapter son intervention à celle de l'industrie et à l'évolution des produits de cette dernière tout en tenant compte des changements de comportement des fumeurs en fonction des modifications de ces produits.

III.6 - Éducation et tabac

III.6.1 - Interdire l'installation de fumeurs et la vente de tabac dans les garderies, les écoles primaires, les écoles secondaires ainsi que sur les terrains qu'elles occupent.

- Avantages et inconvénients

Dans ces milieux éducatifs pour les jeunes, il importe que la politique à l'égard de la répression du tabagisme dans les lieux publics ne souffre d'aucune équivoque. L'obligation d'exemplarité qui pèse sur l'école est infiniment plus importante que la commodité procurée aux fumeurs par un fumoir ou bien encore un point de vente de cigarettes qui soit facilement accessible.

III.6.2 - Donner au gouvernement le pouvoir de décréter une interdiction de fumer sur les terrains des garderies, des écoles primaires et des écoles secondaires.

- Avantages et inconvénients

Pareille interdiction, bien que requise sur le plan éducatif, nécessite que certaines difficultés d'application soient levées avant son entrée en vigueur. La mesure proposée permettrait donc de l'introduire quand les conditions de réussite auront été rencontrées.

III.6.3 - Créer un fonds pour le financement de la prévention du tabagisme

Une législation antitabac globale et cohérente est fondamentale pour faire régresser le tabagisme; elle doit cependant être complétée par une intervention éducative soutenue visant à sensibiliser l'opinion, à informer, à éduquer, à changer des attitudes, à raffermir ou à abolir des habitudes et à convaincre des bénéfiques pour la santé d'être non-fumeur. La disponibilité d'un budget important et dont la permanence est assurée à travers les années est essentielle pour qu'une stratégie de publicité antitabac s'inspirant des approches utilisées pour la publicité commerciale puisse être développée et appliquée sur une période suffisamment longue afin que les objectifs visés puissent être atteints. La loi doit également être appuyée dans sa mise en application par des activités soutenues de promotion, d'information et de sensibilisation auprès des divers groupes concernés.

- Avantages et inconvénients

Le fonds suggéré permettrait le financement, du moins en partie, de cette intervention qui pourrait se faire dans les champs suivants : la publicité sociétale, la commandite véhiculant un message antitabac, l'attribution de subventions permettant l'adaptation transitoire du mode de financement de certains événements culturels, sociaux ou sportifs et le financement des mécanismes d'application de la future loi sur le tabac. Les deuxièmes et troisièmes champs pourraient notamment faciliter une transition adéquate dans une situation où les compagnies de tabac se retireraient du domaine de la commandite de ce type d'événement.

Cependant, le financement de telles mesures ne pourrait actuellement provenir des budgets accordés au secteur sociosanitaire. D'où la nécessité de trouver de nouvelles sources de financement.

À cet égard, rappelons que jusqu'à l'automne 1995, la législation fédérale en vigueur (invalidée en partie par la Cour suprême) ne permettait pas la publicité directe sur les produits du tabac. Par des moyens indirects, cependant, l'industrie en fait une promotion très active, notamment dans le cadre de nombreuses commandites d'événements à caractère sportif ou culturel. On estime que l'industrie du tabac verse ainsi annuellement au Québec pour environ 25 M \$ en commandites.

Cette pratique contribue à mousser la vente de produits dangereux pour la santé. L'idée générale consisterait à demander à l'industrie de contribuer à réduire les coûts élevés pour la collectivité qu'occasionne la vente de ces produits, en "recyclant" ces montants qu'elle défraie déjà, sous forme de commandites. De plus, une partie d'une hausse éventuelle de la taxe sur le tabac pourrait être également affectée au financement des mesures de prévention du tabagisme.

- Avantages et inconvénients d'un fonds dédié

S'il veut demander à l'industrie du tabac une contribution additionnelle, il serait préférable pour le gouvernement de procéder par la création d'un fonds dédié, plutôt que par le versement direct au fonds consolidé du revenu et ce, pour les principales raisons suivantes:

- Un fonds dédié aurait l'avantage d'assurer à l'industrie du tabac, et à la population en général, que les contributions supplémentaires demandées ne visent pas essentiellement à réduire le déficit, mais qu'elles font partie d'une politique intégrée de lutte contre le tabagisme, dans la poursuite des objectifs de santé et de bien-être.
- Un fonds dédié assurerait la visibilité des liens entre les revenus et les dépenses concernées ; à la liberté de produire et de consommer des produits du tabac, il serait plus facile pour le gouvernement de rappeler les conséquences néfastes pour la santé, et d'associer la responsabilité d'assumer les coûts importants qui en découlent . Il serait par conséquent plus facile de décréter éventuellement de nouvelles hausses de contributions, si le besoin s'en faisait sentir (i.e. selon l'évolution des mesures mises en place, ou des coûts du tabagisme, etc.).
- Un fonds dédié assurerait la disponibilité à moyen et à long terme de revenus suffisants pour couvrir les dépenses de la politique de lutte au tabagisme.
- La création d'un fonds dédié ne représenterait ni l'ouverture d'un nouveau champ fiscal, ni un fardeau fiscal supplémentaire pour les compagnies de tabac, dans la mesure où les augmentations décrétées par le gouvernement pourraient correspondre aux montants *nets* (après déductions fiscales) qu'elles versent déjà en commandites. L'introduction de ce fonds ne devrait dans ce cas entraîner aucune hausse du prix du tabac pour les consommateurs.
- Enfin, la création d'un fonds dédié ne devrait pas entraîner d'impacts négatifs sur les équilibres financiers du gouvernement.

En effet, bien que les compagnies de tabac versent pour environ 25,0 M \$ de commandites, le coût réel qu'elle assume, *après déductions fiscales*, pourrait être inférieur (ex. : 12,5 M \$). Pour le gouvernement, les contributions supplémentaires demandées pourraient donc avoir un double effet : une rentrée fiscale nette de 12,5 M \$, mais aussi, une réduction de dépenses fiscales de 12,5 M \$ qu'il assumait dans le passé.

- Bien que l'impact total pourrait ainsi être neutre sur le plan financier, cette situation signifierait néanmoins un avantage important pour le gouvernement, par rapport à la situation actuelle. On doit en effet considérer que le gouvernement pourrait

désormais décider de l'utilisation du 12,5 M \$ de dépenses fiscales et du 12,5 M \$ nets actuellement versés en commandites par l'industrie du tabac, de façon conforme aux objectifs que le gouvernement poursuit en matière de lutte au tabagisme, ce qu'il ne pouvait faire auparavant.

III.6.4 - Obliger l'affichage dans chaque point de vente, conformément à la réglementation, d'une mise en garde sur les dangers du tabagisme.

- Avantages et inconvénients

La mesure assurera une meilleure sensibilisation de la population aux dangers du tabagisme et contribuera au maintien du statut désiré pour le tabac.

III. 7 - Mesures à fondement éthique visant à rabaisser le statut social du tabac

III.7.1 - Interdire la vente du tabac, dans le cadre d'une activité commerciale, sur les terrains et dans les locaux occupés par les établissements de santé et de services sociaux.

- Avantages et inconvénients

La mission de ces organismes est incompatible avec la possibilité de vendre des produits aussi nocifs sur leurs terrains ou dans leurs murs. La lutte au tabagisme est une valeur sociétale qu'ils doivent promouvoir et soutenir spécifiquement dans leur milieu.

III.7.2 - Interdire les dons de l'industrie du tabac aux établissements de santé et de services sociaux, à leurs fondations et aux personnes morales oeuvrant dans le secteur de la santé et dont le financement provient en tout ou en partie du ministère de la Santé et des Services sociaux.

- Avantages et inconvénients

Ainsi ces organismes ne se feront pas complices d'une stratégie visant à donner une bonne image publique à l'industrie et à ses produits.

Évidemment, les organismes concernés devront se priver de revenus qui dans certains cas peuvent être importants pour la réalisation de leurs activités.

III. 7.3 - Interdire la vente de tabac dans les pharmacies

Cette mesure peut s'imposer par deux canaux : par voie législative ou par son introduction dans le Code de déontologie de l'Ordre des pharmaciens du Québec. La seconde option est déjà en voie de réalisation et il ne manque que l'accord du Conseil des ministres pour que le Code soit modifié dans le sens discuté ici.

- Avantages et inconvénients

Commandée par la raison et le bon sens, c'est une mesure qui affaiblira l'image du tabac. Même si elle donnera sans doute lieu à des guerres judiciaires à l'intérieur de l'Ordre des pharmaciens, il serait préférable que cette interdiction soit un choix que les pharmaciens s'imposent à eux-mêmes; leur crédibilité professionnelle en sortira certes grandie et cette prise de position aurait un effet exemplaire fort appréciable auprès des autres groupes professionnels et notamment ceux de la santé. Au besoin, l'alternative législative doit être envisagée et, à cet égard, l'échec des démarches judiciaires pour faire

invalider une mesure identique dans la législation ontarienne doit donner confiance.

Il est estimé que 55 % des pharmacies du Québec vendent du tabac et profitent de 10 à 18 % des achats dans ce domaine. Ceci représenterait un chiffre d'affaires de 225 M \$, soit 5 à 10 % du chiffre d'affaires global de ces commerces. L'interdiction de vendre du tabac réduirait évidemment les revenus de ces derniers. Cependant à en juger par l'expérience des pharmacies Brunet depuis 1987, par celle des pharmacies Dell depuis 1992, en Ontario, et par les lendemains de l'adoption de la loi ontarienne imposant cette mesure en 1995, la cessation de vendre du tabac ne serait pas fatale pour les pharmacies, à quelques exceptions près.

Notons que ces revenus perdus par les pharmacies deviendraient des gains supplémentaires pour d'autres détaillants du tabac.

III.8 - Régulation et contrôle

Bien qu'une éventuelle loi serait graduellement mise en vigueur et appliquée en laissant d'abord porter pleinement sa dimension incitative, elle devrait tout de même afficher une cohérence qui ne laisse aucun doute quant à la capacité du gouvernement de la faire appliquer et respecter en recourant, ultimement, à des sanctions contre les contrevenants.

III.8.1 - Rendre l'exploitant ou l'occupant d'un lieu responsable de l'exécution des dispositions légales ayant trait à la protection des non-fumeurs dans ce lieu.

- **Avantages et inconvénients**

Cette approche a l'avantage de situer la responsabilité de l'application de la loi très près des milieux concernés et de fusionner cette responsabilité avec celles rattachées à la gestion générale de ces lieux. Dans certains milieux de travail, où un mécanisme approprié existe, il pourrait être envisagé que la question s'inscrive dans le cadre des préoccupations relatives à la santé et à la sécurité du travail.

Par ailleurs, en multipliant ainsi le nombre de centres de responsabilité ayant trait à l'application de la loi, on multiplie d'autant les risques de non application dans certains milieux

Là où il y aurait problème, une instance supérieure mandatée à cet effet (la municipalité) pourrait intervenir et presser une correction de la situation sous peine de sanctions.

III.8.2 - Mandater les municipalités et les corps policiers pour surveiller l'application et le respect de la loi

Ces intervenants seraient particulièrement responsables de la surveillance des mesures ayant trait à la protection des non-fumeurs et de celles interpellant les détaillants pour la vente aux mineurs et concernant la publicité, l'étalage et l'affichage dans les points de vente.

- **Avantages et inconvénients**

Cette approche décentralisée permet un suivi rapproché de l'action et donc certes plus efficace à ce niveau; elle s'inscrit d'ailleurs dans l'orientation du gouvernement en faveur de la décentralisation.

Par ailleurs, en multipliant les centres de responsabilité, on augmente les risques de disparité régionale relativement à l'engagement attendue des municipalités. À cet égard, la dimension financière de cet engagement sera certes déterminante et c'est pourquoi il est proposé que les municipalités puissent conserver les amendes perçues dans ce cadre.

III.8.3 - Mandater le ministère de la Santé et des Services sociaux pour qu'il assume la surveillance générale du respect de la loi et l'enregistrement des infractions commises par les détaillants afin de déterminer des sanctions administratives applicables. Mandater le ministère du Revenu pour qu'il applique les sanctions administratives complémentaires reposant sur la suspension ou la révocation du droit de vendre du tabac

- Avantages et inconvénients

Le certificat d'inscription au fichier de la taxe de vente du Québec détenu par chaque détaillant vendant du tabac étant assimilé dans cette approche à l'équivalent d'un permis, il est possible d'imposer des sanctions administratives sans avoir à introduire un permis spécifique pour la vente du tabac. La suspension ou la révocation du droit de vendre du tabac sont envisageables et c'est le ministère de la Santé et des Services sociaux qui en aurait la responsabilité; à cet égard, celui-ci devrait enregistrer les infractions par point de vente et constituer un registre à cette fin.

L'application des sanctions serait faite par le ministère du Revenu, et ce, dans la foulée de son pouvoir actuel de suspendre ou de révoquer un certificat d'inscription. Ceci faciliterait de plus le financement de cette activité à même les revenus de l'impôt sur le tabac. Il sera par contre nécessaire d'ajuster les mécanismes administratifs de gestion des certificats d'inscription par le Ministère.

III.8.4 - Donner au gouvernement le pouvoir d'exiger des rapports périodiques de la part des fabricants et des distributeurs de tabac sur les questions visées par la loi et de préciser par règlement le contenu de ces rapports.

- Avantages et inconvénients

L'information ainsi recueillie servira à initier ou à supporter les activités de contrôle de l'application de la loi. De plus, cette information alimenterait la connaissance et la surveillance du phénomène tabagique au Québec vu sous ses angles économique, commercial et industriel.

Le gouvernement fédéral exige déjà des rapports des fabricants et des importateurs de tabac et ces derniers rencontrent bien cette exigence.

IV - LES IMPLICATIONS FINANCIÈRES

Les implications financières concernent principalement les ministères de la Santé et des Services sociaux, du Revenu, de la Justice et des Finances.

Le ministère de la Santé et des Services sociaux sera évidemment appelé à jouer un rôle central dans la mise en oeuvre des mesures législatives et la coordination de leur suivi. Ces responsabilités concerneront notamment:

- l'information, la sensibilisation et la promotion de la loi auprès des divers groupes concernés;
- l'application des mesures de régulation et de contrôle;

- l'élaboration de la réglementation et son application;
- l'approbation des campagnes de publicité de l'industrie du tabac ainsi que des campagnes antitabagiques;
- l'organisation et la gestion du fonds pour la prévention du tabagisme;
- la formation des inspecteurs et des agents de contrôle de l'usage du tabac.

Le Ministère devra y affecter en permanence l'équivalent de 30 ETC pour un budget récurrent de 1,6 M \$ et 0,5 M \$ par an en services professionnels. Ces personnes devront être regroupées dans une équipe spécifiquement mandatée pour assurer l'application et le respect de la loi ou encore être allouées aux organismes à qui le ministre pourra confier l'exécution de certains mandats. De plus, un budget non récurrent d'implantation est nécessaire pour développer les mécanismes administratifs requis et financer les activités d'information et de sensibilisation des groupes visés au cours des deux premières années après l'adoption de la loi. Un budget additionnel de 0,6 M \$ en personnel occasionnel (8 ETC) et 0,8 M \$ additionnels en services professionnels est nécessaire à cette fin. De même, pour assurer la continuité des activités actuelles de prévention, d'éducation, de communication et de cessation réalisées par le Ministère et les régies régionales de la santé et des services sociaux, le budget de 4, 2 M \$ actuellement affecté à cette fin devra être maintenu.

Le ministère du Revenu estime à 0,05 M \$ les crédits nécessaires pour soutenir l'exécution des sanctions administratives applicables aux détaillants contrevenants et récidivistes. Le financement de ces dépenses pourrait être assumé soit à même les revenus de l'impôt sur le tabac, soit par des crédits accordés par le gouvernement à cette fin. Pour le ministère de la Justice, un accroissement du volume de poursuites à entreprendre est possible dans la mesure où il devrait suppléer au défaut de certaines municipalités ayant une cour municipale de s'impliquer dans l'application des mesures de régulation et de contrôle sur leur territoire et pour les autres municipalités ne disposant pas d'une telle entité.

Par ailleurs, le niveau des sanctions associées au fait de contrevenir à l'un ou l'autre des aspects de la loi ayant été rehaussé, on peut croire que l'effet dissuasif en découlant permettra d'avoir un effet stabilisant sur l'affluence des poursuites à entreprendre. De plus, la mise en oeuvre progressive de certains aspects de la loi, à laquelle seront associées des mesures de sensibilisation et d'information, sera de nature à étaler dans le temps l'impact sur le système judiciaire.

Le ministère des Finances aura à prévoir les revenus pour permettre au Fonds de prévention du tabagisme de financer les activités reliées à la publicité antitabac, aux commandites d'événements culturels, sociaux ou sportifs, à l'attribution de subventions permettant un ajustement transitoire du financement de ces mêmes organismes de même que le coût des activités de promotion, de régulation et contrôle requises par l'éventuelle loi sur le tabac. Le montant requis annuellement dépend de la décision du gouvernement de soutenir entièrement ou partiellement, de façon transitoire (3 à 5 ans) ou permanente, l'adaptation des sources de financement de ces organismes. Selon l'information recueillie auprès du ministère de la Culture et des Communications et du ministère des Affaires municipales, la compensation requise des investissements de l'industrie du tabac en commandite serait de l'ordre de 25 M \$ (arts et culture : 13,5 M\$; organismes sportifs : 11,5 M \$).

En ajoutant les crédits pour la publicité antitabac et la promotion, la régulation et le contrôle de la loi, soit environ 3,5 M \$, et ceux actuellement affectés par le Ministère pour la promotion, l'éducation et la cessation, soit 4, 2 M \$, le coût brut est estimé à 32,7 M \$.

Le coût net est toutefois moindre si l'on y retire les bénéfices fiscaux qu'obtient l'industrie du tabac de par les déductions fiscales effectuées dans le cadre des règles fiscales applicables aux dons et investissements en matière de publicité - commandite. Ce montant n'a pu être précisé jusqu'à maintenant, le ministère du Revenu invoquant les règles de confidentialité auxquelles il est soumis pour ne pas rendre cette information disponible au ministère de la Santé et des Services sociaux. Il indique également qu'une recherche relativement complexe est requise pour la compiler.

V - LES RELATIONS INTERGOUVERNEMENTALES

Le développement de ce dossier législatif n'a aucunement été conditionné par quelque échange intergouvernemental ou, plus précisément, par le développement du dossier correspondant au palier fédéral.

Le gouvernement fédéral n'a pas exprimé de réserves à cet égard et il n'est pas prévu qu'il manifeste une opposition aux mesures législatives que le Québec pourrait mettre de l'avant. Les échanges informels réalisés entre les deux parties ne laissent rien présager de tel.

VI- LES IMPLICATIONS SUR LA MÉTROPOLE

La Métropole serait particulièrement affectée par un retrait éventuel de l'industrie du tabac du champ de la commandite. Plusieurs événements d'envergure qui se tiennent chaque année à Montréal sont commandités par l'industrie du tabac : Festival international de Jazz (1,3 M \$ par an sur un budget global de 10 M \$), Grand prix du Canada (10 à 20 % du budget de 20 M \$), International Benson and Hedges (feux d'artifice), Festival Juste pour rire (1 M \$ sur un budget de 12 M \$), Omnium de tennis du Maurier (1.3 M \$), Stade du Maurier (financement de 3 M \$).

L'impact appréhendé pourra être amoindri dans la mesure où la création et le financement d'un Fonds de prévention du tabagisme pourrait être possible. La communication d'un message antitabac articulé pourrait être véhiculée par les organisateurs des événements culturels et sociaux en échange d'une commandite provenant du Fonds de prévention du tabagisme. De plus, sur une base transitoire, des subventions pourraient être attribuées aux promoteurs de certains événements particulièrement vulnérables.

VII- LA CONSULTATION ENTRE MINISTÈRES

Les ministères suivants furent consultés : Revenu, Finances, Sécurité publique, Culture et Communications, Métropole, Justice et Affaires municipales. Le Conseil du trésor et le Secrétariat à la déréglementation furent également interpellés. Les réactions de ces instances ont été transmises verbalement ou par écrit. L'annexe I comprend les textes des commentaires écrits.

Dans plusieurs cas, ces échanges formels ont été précédés ou suivis de rencontres, de discussions ou de production documentaires. Ces démarches ont permis une meilleure compréhension mutuelle des objectifs, des contraintes et des interrogations de toutes les parties concernées. Mentionnons que les implications des mesures ayant trait à la commandite par l'industrie du tabac et à certains aspects de la protection des non-fumeurs ont particulièrement retenu l'attention.

Une bonne partie des fruits de ces travaux ont permis d'enrichir le contenu du présent mémoire et ce, notamment pour la section "impact réglementaire"

Le ministre de la Santé et des Services sociaux entend consulter le caucus des députés sur la base de ce mémoire.

VIII-LA CONSULTATION ET L'INFORMATION

Les mesures proposées touchent plusieurs groupes de la société à divers niveaux : comportement, gestion, finances, revenu,... C'est pourquoi leur élaboration a été précédée d'une vaste consultation qu'a menée le ministre de la Santé et des Services sociaux entre novembre 1995 et février 1996. Celle-ci a particulièrement porté sur la protection des non-fumeurs et l'accès des jeunes aux produits du tabac. En tout, 558 organismes y ont participé : 54 d'envergure nationale et 504 d'envergure régionale.

On y observe globalement une dichotomie des opinions entre, d'une part, les organismes de santé ou à visée philanthropique et, d'autre part, les fabricants de produits du tabac et l'industrie qui les entoure. Plusieurs dizaines des premiers se sont regroupés sous la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac et réclament une intervention législative vigoureuse.

Il se dégage de la consultation un fort appui aux mesures voulant réduire l'accessibilité du tabac aux personnes mineures. L'interdiction formelle de la vente par distributeur automatique serait par contre contestée par l'industrie et on revendiquerait certes que cette vente soit permise dans les lieux accessibles uniquement aux adultes et que l'utilisation de distributeur avec contrôle à distance soit possible.

En ce qui a trait à la protection des non-fumeurs, on souhaite son développement notamment dans les lieux publics; l'intervention en milieu de travail et dans les restaurants est l'objet de vues plus partagées. Le Conseil du patronat et la Fédération des travailleurs et travailleuses s'opposent à toute intervention en milieu de travail tandis que l'Association des restaurateurs s'ouvre à une réglementation modérée dans les lieux de la restauration.

La réduction de la promotion des produits du tabac soulèvera certes une forte résistance des fabricants de tabac. Même si la consultation du Ministre n'a pas abordé ce sujet, les médias font déjà largement état de cette résistance compte tenu du projet législatif que prépare le gouvernement fédéral à cet égard. On sait notamment que les fabricants auront de nombreux alliés pour défendre le droit de commandite tel qu'il s'applique actuellement.

L'interdiction de dons aux organismes de santé et leurs fondations n'a pas été endossée par l'Association des hôpitaux lors de la consultation; elle pourrait donc s'associer à l'industrie du tabac pour résister à l'adoption de cette mesure.

Certaines chaînes de pharmacies seraient fort actives afin de protéger le droit de vendre du tabac en pharmacie si le projet de loi s'y attaquait. Signalons que Pharmaprix (67 pharmacies) est la propriété d'Imasco qui possède Imperial Tobacco.

Plusieurs des mesures suggérées pourraient entrer en vigueur de façon échelonnée dans le temps, afin d'en faciliter l'accueil général et la mise en application harmonieuse. Cette mise en oeuvre devra être notamment marquée par des programmes d'information et de support s'adressant aux diverses clientèles visées par ces mesures. Les directions régionales de la santé publique joueraient un rôle majeur à cet égard.

IX - ANALYSE COMPARATIVE

IX. 1 - Au plan fédéral

Comme mentionné plus haut, le gouvernement fédéral prépare une intervention législative dans les mêmes champs que ceux qui sont couverts par ce mémoire; seule la protection des non-fumeurs sera ignorée. Cette intervention fut annoncée comme allant être très sévère et devant placer le Canada en chef de file au plan international dans la lutte au tabagisme.

La portée précise des mesures qui devraient faire partie du projet de loi prévue pour l'automne 1996 n'est cependant pas connue au moment de rédiger ce mémoire.

IX.2 - L'Ontario

Considérée comme la province la plus avancée dans le domaine, l'Ontario possède deux lois qui régissent le tabagisme : *la loi de 1994 sur la réglementation de l'usage du tabac* et *la Loi limitant l'usage du tabac dans les lieux de travail* (1989). Cette dernière limite le tabagisme dans les lieux de travail fermés aux zones pour fumeurs désignées; l'espace total occupé par ces zones ne peut dépasser 25 pour cent de la superficie totale du plancher.

La loi de 1994 contient les mesures suivantes :

- vente du tabac interdite aux moins de 19 ans;
- vente interdite dans les endroits qui offrent des soins de santé;
- vente interdite dans les pharmacies ou dans les commerces comprenant une pharmacie;

- emballage des cigarettes en paquet d'au moins 20 cigarettes;
- emballage selon les règlements (réfèrent à la loi fédérale pour l'instant);
- vente par distributeur automatique interdite;
- obligation de rapports par les grossistes et négociants;
- interdiction de fumer dans certains lieux. Dans les hôpitaux publics et privés, les établissements psychiatriques, les foyers de soins spéciaux, les établissements de bienfaisance, les foyers pour les personnes âgées et les maisons de soins infirmiers, le tabagisme est limité à certaines zones désignées à cet effet, tel que prescrit par le règlement. Dans les hôpitaux, les hôpitaux privés, les maisons de soins infirmiers, les foyers pour personnes âgées et les maisons de repos, les fumoirs doivent être fermés et dotés de systèmes de ventilation qui feront évacuer l'air vers l'extérieur. Il est interdit de fumer à moins de neuf mètres de toute porte d'entrée. Il est interdit de fumer dans les hôpitaux pour enfants. Il est interdit de fumer dans les écoles publiques et les garderies accréditées; cette interdiction s'applique à l'édifice et aux terrains.

Il est interdit de fumer dans les secteurs publics d'une pharmacie, d'une institution financière, les établissements où des biens ou services sont vendus, les salles de jeux vidéo ou électroniques, les laveries automatiques, les abris ou stations faisant partie d'un réseau de transport en commun, les salons de coiffure pour hommes ou pour femmes, et (tel que précisé par le règlement) les établissements de santé indépendants.

Le tabagisme est permis uniquement dans les zones désignées à cet effet dans les écoles privées de formation professionnelle, les collèges et les universités. Cette restriction ne s'applique pas aux terrains.

Dans les zones communes d'un centre commercial, le tabagisme n'est permis que dans certaines zones fumeurs. Le règlement permet de désigner jusqu'à 50 pour cent des sièges d'une aire de restauration comme étant une zone fumeur, ou, dans un centre commercial où il ne se trouve pas d'aire de restauration, de désigner à cet effet une aire pouvant atteindre un maximum de 28 mètres carrés.

IX.3 - Les autres provinces (sauf Ontario)

- L'âge pour acheter du tabac : 19 ans dans 4 provinces, 18 ans dans 2 et 16 ans dans une autre (où la loi fédérale doit s'appliquer).
- La Nouvelle-Écosse interdit formellement les distributeurs automatiques tandis que l'Île-du-Prince-Édouard les accepte dans les lieux inaccessibles aux jeunes ou dans certains lieux où un contrôle serré peut s'exercer.
- Les présentoirs libre service sont interdits en Nouvelle-Écosse.
- La Colombie-Britannique et le Manitoba peuvent réglementer l'étiquetage et l'emballage, mais rien de concret n'est fait actuellement.
- La Nouvelle-Écosse et la Colombie-Britannique pourraient réglementer la publicité. Le Nouveau-Brunswick impose des mises en garde "santé" sur les affiches publicitaires et les présentoirs.
- Le Manitoba et Terre-Neuve ont des lois visant la protection des non-fumeurs. Terre-Neuve impose une interdiction de fumer en milieu de travail sauf dans des fumoirs correctement ventilés; c'est également le cas dans la majorité des lieux publics. Dans ces deux provinces, 50 % des places assises dans les restaurants doivent être "non-fumeurs".

IX.4 - Les États-Unis

En août dernier, le président Clinton a annoncé un programme global de prévention du tabagisme chez les jeunes. Ceci s'est ajouté à l'interdiction de publicité à la radio et à la télévision. Ce programme comprend :

- obligation d'exiger une pièce d'identification de toute personne âgée de moins de 27 ans qui veut acheter du tabac (âge légal d'achat : 18 ans) ;

- interdiction des distributeurs automatiques et présentoirs libre service sauf dans les lieux totalement inaccessibles aux jeunes;
- emballage des cigarettes en paquet d'au moins 20 unités;
- interdiction de donner des échantillons;
- interdiction de vente de cigarettes à l'unité;
- interdiction des panneaux-réclames à moins de 1 000 pieds des écoles et terrains de jeux. Ailleurs, en plein air et dans les magasins, sauf dans les lieux réservés uniquement aux adultes, ils devront être en noir et blanc seulement ;
- obligation d'une publicité uniquement rédactionnelle, en noir et blanc, dans les publications dont plus de 15 % (ou plus de 2 M) des lecteurs ont moins de 18 ans;
- interdiction d'utiliser des produits dérivés ("T shirt", casquette,...) pour faire de la publicité;
- interdiction de faire la promotion de marques de produits du tabac dans le cadre de commandites;
- versement d'un montant annuel de 150 M \$ par l'industrie du tabac afin de financer des campagnes d'information préventive.

X - L'IMPACT RÉGLEMENTAIRE

La loi et ses règlements auraient des impacts variés à différents niveaux et sur diverses clientèles. On tentera ici d'en apprécier la nature et la portée.

X.1 - La démarche législative contre le tabagisme

Comme expliqué plus haut, la consommation du tabac a des effets désastreux sur la santé. irrégulière ou modérée. De plus, un fort tiers de la population âgée de 15 ans et plus en est affectée.

L'intervention gouvernementale en regard du tabagisme est très en retard et c'est ce retard qui fait que le problème social que représente cette toxicomanie a eu le temps de bien se "normaliser" et se "culturaliser". C'est d'ailleurs pourquoi la démonstration de la pertinence de cette intervention doit très souvent être répétée. La pertinence et l'urgence d'agir pour réduire le tabagisme sont réelles et soutenues dans de nombreuses études sérieuses et recommandées par des organismes dont la crédibilité ne peut être mise en doute, tel l'OMS.

Le retard souligné est plus évident lorsqu'on compare l'encadrement dont le tabagisme est l'objet avec celui concernant la consommation de l'alcool. Alors que c'est l'abus de la consommation de l'alcool et non sa simple consommation qui est problématique, comme c'est le cas pour le tabac, les boissons alcoolisées sont soumises à un encadrement légal et à des normes sociales qui en régissent la production, la mise en marché et la consommation. Ainsi, on ne boit pas sur la rue ou au travail et le contrôle des comportements des consommateurs qui peuvent avoir des conséquences dommageables sur les autres, comme l'alcool au volant, est valorisé.

Par ailleurs, la légalité de la production et de la consommation des produits du tabac ne constitue pas un frein à l'intervention, loin de là. Le droit de consommer n'est pas contesté, ce qui ne veut pas dire que ce droit doit demeurer débridé. Le fumeur vit avec des non-fumeurs qui ont aussi leurs droits. "Chacun a ses droits mais pas aux mêmes endroits"; il en va du principe de base de notre vie en société.

Pour ce qui est de la production et de la mise en marché des produits du tabac, leur légalité n'est pas incompatible avec une volonté gouvernementale de tout mettre en oeuvre pour les contrôler afin de réduire substantiellement sinon d'éliminer, ultimement, la consommation des mêmes produits. La Loi sur les aliments et drogues et la Loi sur les produits dangereux démontrent bien que la considération d'un produit déborde sa simple légalité! La résistance de l'industrie du tabac à reconnaître les effets nocifs de ses produits est telle qu'il est difficile d'obtenir une collaboration adéquate de sa part à la mise en place de mesures volontaires et satisfaisantes pour protéger les clientèles concernées par ces produits contrairement à ce que font la plupart des autres industries visées par ces lois. C'est pourquoi la voie d'une législation spécifique visant le même objectif demeure la seule réalisable.

L'objectif fondamental du projet de loi est la réduction du tabagisme. Rappelons cependant que d'autres stratégies vont contribuer également à créer l'effet recherché : taxation, communications, éducation, support à la cessation. Toutes ces stratégies et les multiples mesures les composant, comme c'est le cas pour la législation, agissent en synergie et il est impossible de déterminer l'effet spécifique et relatif de chacune d'entre elles. L'exception pourrait être la taxation dont l'effet sur la consommation est bien documenté. L'aspect particulier de la protection des non-fumeurs doit être également considéré : l'élimination de la fumée de tabac dans l'environnement assure l'atteinte de l'objectif, soit la protection des non-fumeurs.

La problématique de l'efficacité des mesures est particulièrement aiguë sous l'angle de la prévention du tabagisme. Il est impossible de démontrer l'efficacité d'une mesure considérée isolément pour convaincre les jeunes de ne pas commencer à fumer, à moins que ce ne soit fait avec un support budgétaire adapté à la complexité de la recherche en cause... Il serait donc difficile de satisfaire les attentes ayant trait à la connaissance de l'impact précis de chaque mesure en regard de la réduction du tabagisme, notamment par la prévention chez les jeunes.

Deux aspects du projet de loi lui donnent un fort potentiel d'efficacité :

- il touche plusieurs dimensions en même temps, ce qui est reconnu prometteur compte tenu de la synergie des mesures entre elles, quelle que soit la puissance relative de chacune;
- il contre directement plusieurs des éléments, et parmi les plus vitaux, d'une "machine promo-culturelle" qui, elle, a fait ses preuves d'efficacité pour perpétuer le tabagisme. Il devient logique de croire que l'intervention législative aurait un effet contraire.

X. 2 - L'impact général de la réduction du tabagisme sur l'économie et l'emploi

Nous ne possédons pas d'information concernant l'impact éventuel de la réduction du tabagisme sur l'économie du Québec. Par contre, des études réalisées ailleurs peuvent nous aider à développer certaines perceptions relatives aux effets économiques d'un déclin du tabagisme.

L'étude réalisée en début d'année par Ian J. Irvine et William A. Sims, pour le compte de Santé Canada, est fort intéressante à cet égard. Les auteurs de l'Université Concordia ont scruté les éventuels effets économiques de la législation antitabac que prépare le ministère fédéral.

En 1994, l'industrie du tabac a généré des dépenses de consommation de produits du tabac pour 8,2 milliards (MM) de dollars, dont 0,10 MM \$ pour des produits importés. Ces revenus se sont ainsi divisés : 33 % au gouvernement fédéral (taxes), 30 % aux gouvernements provinciaux (taxes), 25 % aux manufacturiers, 10 % aux détaillants et 2 % aux grossistes. Environ 50 000 emplois directs et indirects (fournisseurs) étaient rattachés à cette industrie dont près de la moitié, 23 500, dans la vente au détail.

Trois grands manufacturiers occupent pratiquement tout le marché : Imperial Tobacco (usines à Montréal et à Guelph) qui occupe 65 % de ce marché, Rothmans, Benson and Hedges (Québec) et RJR Macdonald (Montréal). La majorité des actionnaires de ces compagnies (58 %) sont étrangers; la majorité des profits de cette industrie lucrative sortent donc du pays. Entre 1982 et 1993, le nombre d'employés de ces compagnies, dont 3 des 4 usines sont situées au Québec, est passé de 7 790 à 4 778. Un peu plus de la moitié de cette réduction de personnel serait explicable par la baisse de demande pour les produits du tabac; le reste serait dû à l'amélioration de la productivité liée à l'automatisation. Selon l'édition du 28 août 1992 du journal La Presse, Imperial Tobacco aurait dépensé 42 M \$ pour se défaire d'un millier de ses employés entre 1982 et 1992.

La production du tabac est assurée par 1 500 agriculteurs dont 90 % sont situés dans le sud de l'Ontario. Au Québec, la région de Lanaudière est particulièrement identifiée à cette culture. L'équivalent de 6 000 emplois à temps plein sont dépendants de la production

canadienne. Les revenus familiaux des tabaculteurs sont les plus élevés parmi ceux rattachés à toutes les formes de culture au Canada.

Irvine et Sims ont assis leur analyse sur une réduction hypothétique de 20 % de la demande pour les produits du tabac. Il est évident que cette réduction aurait des effets sur l'industrie du tabac et conséquemment sur le nombre d'emplois qui y est rattaché; il pourrait y avoir perte de près de 10 000 emplois au maximum à l'échelle canadienne. Les analystes ont cependant poussé plus loin leur examen de la situation et ne se sont pas arrêtés à ce stade, stade auquel s'arrêtent toujours les études de l'industrie du tabac; ils ont étudié l'impact d'une réorientation des sommes d'argent qui étaient consacrées à l'achat du tabac (soit environ 1,6 MIM \$) vers la consommation d'autres produits. Comme une bonne partie des dépenses "tabac" comprenait une forte proportion de taxes et que, sauf pour l'alcool et la gazoline, les autres produits de consommation sont moins taxés que le tabac, il s'ensuit que cette réorientation des capitaux aurait un effet moteur important dans le secteur privé tout en réduisant l'entrée des taxes gouvernementales. Il y aurait alors une création d'emplois qui compenserait très largement les pertes causées par la réduction de la consommation du tabac; on parle de 18 000 équivalents temps plein dans le secteur privé.

Par ailleurs, il y a lieu de considérer aussi l'impact d'une réduction d'entrée des taxes pour les gouvernements, une perte évaluée à 750 M \$ dans l'étude, toutes autres choses étant égales. Compte tenu de l'effet de cette diminution de revenus sur le secteur privé et sur l'emploi dans la fonction publique (14 000 emplois perdus dont 10 000 dans la fonction publique), Irvine et Sims concluent que les simulations étudiées entraîneraient, au pire, une perte nette de 6 000 emplois et ce, particulièrement dans le secteur public.

Comme la réduction considérée, soit 20 %, ne pourrait se concrétiser que sur plusieurs années (5 à 10 ans), l'impact appréhendé pourrait être absorbé plus en douceur, en capitalisant sur diverses dynamiques comme l'attrition et la prise de retraite.

Le professeur d'économie Robert C. Allen, de l'Université de Colombie-Britannique, s'est également penché, en 1993, sur l'impact des politiques de contrôle de l'usage du tabac sur l'emploi au Canada. Cette étude, commanditée par un groupe d'organismes antitabac, a été lue et approuvée par 6 économistes des universités canadiennes, dont Monsieur Pierre Fortin de l'Université du Québec à Montréal.

Pour M. Allen, les gouvernements du Canada n'ont pas à craindre d'hypothéquer l'économie en favorisant une réduction de la consommation du tabac : "sauver des vies" ou "sauver des emplois" est un faux dilemme. Quatre raisons principales sont à la base de sa position : 1) l'industrie est une petite industrie dans l'ensemble économique canadien. Selon l'auteur, la dernière décennie a vu des changements structurels majeurs s'installer dans l'économie canadienne, comme dans les industries de la forêt, des pêches ou du transport; ceux-ci ont entraîné des pertes d'emplois beaucoup plus importantes que celles qu'a connues ou pourrait connaître l'industrie du tabac; 2) compte tenu de la dépendance créée par le tabac, l'usage de ce dernier, mettra du temps à diminuer et la réduction du nombre d'emplois pourra se faire "naturellement", sans mises à pied importantes; 3) le progrès technologique et la concurrence internationale contribuent à réduire les emplois dans cette industrie; 4) de nouveaux emplois seront créés grâce à de nouvelles habitudes de consommation chez ceux qui cesseront de fumer.

Dans un rapport rédigé pour la Société pour l'étude de la toxicomanie du Royaume-Uni et déposé en 1995, un groupe d'économistes de la santé de l'Université de York est arrivé à des conclusions identiques à celles de M. Allen en considérant cependant une baisse de la consommation de 40 %. D'après eux, l'équivalent d'au moins 100 000 emplois à temps plein pourraient être créés au Royaume-Uni par une telle réduction.

Des études récentes réalisées aux États-Unis vont dans le même sens. Ainsi, celle de Kenneth E. Werner et ses collègues (JAMA, 275 (16), 1996) révèle qu'en doublant le rythme prévu de réduction du tabagisme aux États-Unis (2,06 % par année), il y aurait perte de 36 000 emplois en l'an 2000 dans les 6 états du sud-est qui produisent 93 % du tabac américain, tandis qu'il y en aurait 56 300 de créer dans le reste des États-Unis.

Les écarts entre les conclusions des études signalées ci-haut peuvent étonner; les cadres de référence établis au début de ces études, les prémisses et hypothèses retenues, les différences entre les dynamiques économiques considérées (population du pays, taux de taxation du tabac,...) peuvent expliquer ces écarts. Il demeure cependant que la réduction du tabagisme ne semblerait pas avoir un impact général négatif sur l'emploi, notamment dans le secteur privé.

L'impact d'une réduction du tabagisme sur les coûts de santé doit également être pris en compte. Selon une étude récente du Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies, en 1992, les coûts socio-économiques attribuables au tabagisme au Québec se sont élevés à 2,4 MM \$ dont 661 M \$ en coûts directs de santé, coûts largement imputés au compte du gouvernement. Ainsi, sur la base de ces données, un taux de tabagisme réduit à 20 %, soit l'objectif visé pour 2002 par le plan d'action de lutte au tabagisme du ministère de la Santé et des Services sociaux, aurait permis de réduire les dépenses de sommes d'environ 275 M \$ en coûts directs de santé et d'environ 700 M \$ en coûts indirects pour la société. C'eût été là un bénéfice concret et significatif dans la période d'ajustement structurel que nous vivons présentement.

En considérant les mesures associées au projet de loi dans le contexte de la concurrence et du traité de libre échange, il est difficile de concevoir que les entreprises québécoises touchées par ces mesures puissent être désavantagées par rapport à des compétiteurs étrangers, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur du Québec. Une extrapolation des données précédentes nous permet de croire que l'économie québécoise pourrait s'adapter sans trop de peine à une baisse sérieuse, mais qui ne pourrait être que graduelle, de la consommation du tabac.

En terminant ce volet économique, mentionnons que la Banque mondiale a intégré une approche du tabac considéré sous l'angle de la santé publique dans ses propres opérations. Elle n'accorde aucun prêt direct pour la production, la transformation ou la commercialisation du tabac; dans la mesure du possible, elle n'accorde pas de prêts indirects favorisant la production de tabac. Le tabac manufacturé ou non, les machines et équipements pour sa transformation et les services connexes figurent sur la liste négative des importations dans les accords de prêt et ne peuvent donc faire partie des importations financées par des prêts de la Banque mondiale. Les importations de tabac et de produits connexes par les fabricants ou les consommateurs peuvent être exclues des accords conclus entre la Banque et les emprunteurs en vue de libéraliser le commerce et d'abaisser les tarifs douaniers.

X. 3 - L'impact réglementaire sur diverses clientèles

X.3.1 Les fumeurs

Les habitudes tabagiques des fumeurs seraient dérangées par la réglementation afférente à la protection des non-fumeurs; c'est en milieu de travail que l'impact serait particulièrement marqué, surtout là où il n'y aurait pas de fumoir. Le dérangement serait incommode, voire frustrant; la dépendance à la nicotine tiendra son bout... Par ailleurs, les non-fumeurs, et surtout ceux affectés de problèmes respiratoires comme l'asthme, pourront profiter d'espaces sans fumée.

L'accès des jeunes fumeurs au tabac sera limité. À part deux études américaines qui laisseraient présager un effet en ce sens, il n'y a pas de preuve scientifique que la réduction de l'accessibilité aux produits du tabac, en soi, réduit la consommation de ces derniers. Rappelons qu'une stratégie antitabac a surtout de l'efficacité si elle est déployée sur plusieurs fronts en même temps, tout comme la commercialisation d'un produit atteint son but en s'appuyant sur une stratégie de marketing agissant sur plusieurs plans (prix, qualité, réseau de distribution, publicité,...). La réduction de l'accessibilité du tabac aux jeunes prend son sens lorsqu'elle est associée à d'autres mesures; c'est un message de fond qui ne peut être oublié. Devrait-on autoriser la vente de l'alcool aux mineurs... d'autant plus qu'une consommation non abusive de celle-ci n'est pas dommageable pour la santé?

Malgré les mesures proposées dans le projet de loi pour réduire l'accessibilité, il n'y a pas lieu de croire qu'une éventuelle "rareté" des produits du tabac chez les jeunes pourrait être telle qu'elle rendrait viable un réseau de contrebande auprès de cette clientèle. Devant une réalité contraire, il faudra contrer le phénomène en recourant aux démarches appropriées et aux moyens prévus par la loi dans de pareils cas.

X. 3.2 Les occupants ou exploitants de lieux fermés accueillant du public ou affectés à un usage collectif

Ces personnes prendraient les mesures pour appliquer et faire respecter la loi : l'affichage indiquant l'interdiction de fumer, l'installation de fumeurs ou d'aires pour fumeurs et, finalement, le contrôle du respect de la politique en vigueur dans ces lieux.

Le document "Politique sur l'activité réglementaire/Aide-mémoire pour le juriste" (15 février 1996) propose que la "recherche de la norme soit axée sur le résultat plutôt que sur le moyen" (page 2). C'est dans cet esprit que fut rédigé le chapitre II du projet de loi qui concerne la protection des non-fumeurs; le deuxième alinéa de l'article 9 précise ce contexte: "les aires destinées aux fumeurs doivent être aménagées en tenant compte de la superficie totale des lieux, de leur condition d'utilisation et d'aération et de la nécessité de protéger les non-fumeurs". Si l'évolution éventuelle de la situation rendait celle-ci problématique en regard de cet objectif, le gouvernement pourrait alors intervenir par une réglementation comme le permettrait l'article 12 et imposer les correctifs nécessaires.

La précision et la multiplication des niveaux de risque de l'exposition à la fumée de tabac, si la chose eût été possible, n'aurait certes pas permis une définition de mesures qui auraient favorisé un allègement réglementaire, au contraire. Le cadre proposé dans le projet de loi est clair et donne aux non-fumeurs une protection grandement améliorée.

Au plan financier, les coûts seraient variables. Ceux de l'affichage seront largement dépendants du degré de sophistication que l'organisme voudra atteindre à cet égard; mais, en général, ils ne devraient pas être importants. Il est aussi possible que certains frais doivent être encourus pour assurer la formation minimale des agents de contrôle de l'usage du tabac auxquels certains milieux voudraient éventuellement recourir; la situation pourrait varier d'un milieu à l'autre, mais ces coûts demeureraient marginaux.

L'installation d'un fumeur est évidemment plus dispendieuse et c'est un facteur qui pourrait empêcher notamment certains milieux de travail de recourir à cette option. Le coût de cette installation est très variable (entre 4 000 \$ et 40 000 \$ par exemple), dépendant des infrastructures existantes et des caractéristiques du fumeur. La décision de s'imposer ces coûts est, pour l'entreprise, du même ordre que celles concernant une cafétéria, un centre d'activités physiques, des douches, une salle de repos,...

Le changement de comportement demandé aux employés pourrait avoir, pendant un certain temps, un impact sur la productivité (pauses plus fréquentes ou plus longues des employés fumeurs). Cet impact pourra être amoindri par une stratégie de mise en application graduelle de la loi. Par ailleurs, ces inconvénients et coûts seront-ils vraiment plus importants que ceux découlant de la situation actuelle où beaucoup d'employés non-fumeurs doivent travailler dans les milieux pollués par la fumée de cigarette? Il est probable que ces pertes de productivité transitoires, s'il en est, soient largement compensées par les gains découlant de la diminution des absences des personnes dont la santé est fortement incommodée par la présence de fumée dans leur environnement.

Pour les restaurateurs, la loi ne présenterait pas d'inconvénients sérieux pendant les 2 années suivant son entrée en vigueur. Par la suite, un restaurant pourrait être 100 % non-fumeur ou comprendre une aire isolée et ventilée pour fumeurs ne dépassant pas 40 % de l'espace disponible pour l'ensemble de la clientèle. Le restaurateur aurait alors à faire un choix entre ces deux options en tenant compte de la compétition et des implications financières de l'aménagement d'une aire pour fumeurs. Il est possible

qu'un certain nombre de restaurants soient financièrement coincés face à ce choix (baisse de clientèle ou frais d'installation de l'aire "fumeur") et ne puissent survivre à ces nouvelles règles du jeu. Ils seraient remplacés par de nouveaux commerces mieux adaptés à la situation et avides de répondre à une demande qui ne sera pas affectée par les mesures...

En ce qui a trait à la surveillance du respect des mesures de protection des non-fumeurs, la collaboration active des municipalités est vivement souhaitée et le projet de loi leur prévoit des pouvoirs en conséquence.

Réaliser une étude d'impact approfondie des mesures visant la protection des non-fumeurs serait long et coûteux; on peut même en questionner la faisabilité. Au delà des incon vénients temporaires inhérents à tout processus de changement, ces mesures ne devraient pas avoir un impact financier négatif important, sauf peut-être pour certains restaurateurs. On peut même présumer que cet impact pourrait être positif dans beaucoup de milieux : moins de frais d'entretien, moins d'absences pour raison de santé, climat général plus agréable pour la clientèle,... Il nous apparaît évident que les bénéfices à court et à long termes ayant trait à la santé et au bien-être compenseront très largement les coûts temporaires de diverses natures qui seront associés aux changements proposés.

Compte tenu que le projet de loi couvre très largement le champ des mesures potentielles de protection des non-fumeurs, il ne fut pas jugé nécessaire d'y inclure un pouvoir réglementaire des municipalités dans ce domaine.

X. 3.3 Les détaillants

Les détaillants pourraient perdre des revenus liés à ce que les fabricants de tabac leur déboursent pour l'installation de présentoirs "libre-service" près des caisses et pour l'étalage des produits du tabac dans leur commerce. Par ailleurs, l'interdiction de la vente de tabac par distributeur automatique ou dans les pharmacies créerait un déplacement de clientèle vers les autres points de vente et augmenterait les revenus de ces commerces. De plus, la possibilité, pour l'industrie, de faire de la publicité à l'intérieur des points de vente entraînerait certes des revenus supplémentaires pour les commerçants concernés.

Le retrait des présentoirs libre-service aurait un double effet; réduction de la publicité et réduction de l'accès des jeunes au tabac. Selon une étude américaine réalisée en 1995 auprès de 1 000 jeunes fumeurs, 9,3 % de ceux-ci ont déclaré voler des cigarettes dans les magasins à l'occasion; les présentoirs "à portée de la main" faciliteraient certes la chose. Sans prétendre que le problème est du même ordre au Québec, il serait par contre difficile de croire qu'il est inexistant. Par ailleurs, il est plus difficile de refuser une vente de tabac à un jeune client à partir du moment où ce jeune a déjà le produit en main.

L'interdiction de vendre des friandises ou jouets imitant les produits du tabac n'aurait pas d'impact financier; la clientèle se dirigera vers d'autres friandises.

Les détaillants sont déjà tenus, en vertu de la loi fédérale, de ne pas vendre du tabac aux personnes mineures. La mesure québécoise de même nature ne devrait donc pas venir modifier grandement la situation, sinon par une meilleure surveillance de son respect. L'implication des communautés et des autorités locales à cet égard constitue un atout majeur et c'est ce sur quoi on capitalise dans le projet de loi.

L'obligation d'afficher l'interdiction de vente aux mineurs et d'une mise en garde sur les effets du tabagisme ne constituerait pas une contrainte majeure pour les détaillants.

Globalement, les détaillants ne devraient donc pas être trop affectés par les conséquences de l'adoption d'une loi regroupant les mesures en cause ici..

X. 3.4 Les propriétaires et fabricants de distributeurs automatiques

L'interdiction de la vente du tabac par distributeur automatique aura un impact économique négatif sur cette industrie. Actuellement, 311 propriétaires de distributeurs ont un permis de vente du tabac du ministère du Revenu et ils possèdent 6 200 distributeurs de tabac. L'impact de la perte de ces distributeurs ne peut être apprécié précisément (perte de revenus, fermetures d'entreprises, pertes d'emploi...).

On ne connaît pas la part du chiffre d'affaires de la vente par distributeur automatique qui est liée à la vente du tabac. Notons qu'un sondage récent a révélé que plus de 20 % des Québécois seraient favorables à une réduction du réseau de vente du tabac.

X. 3.5 Les pharmaciens vendant du tabac

L'impact précis de l'interdiction de vendre du tabac en pharmacie est difficile à prévoir. Certaines informations sont cependant révélatrices:

X.3.5.1 Pharmacies Brunet

Depuis 1987, les pharmacies Brunet ne vendent pas de tabac; il y a actuellement 62 pharmacies dans cette chaîne.

Dans un article du journal "The Gazette", édition du 10 décembre 1994, le directeur général de la chaîne à ce moment, Monsieur Raymond Cloutier, a déclaré que cette décision avait été "la meilleure jamais prise". Avec de nouveaux services et une relance du marketing, la chaîne a continué de progresser. Les ventes annuelles sont passées de 20 M \$ à la fin des années 80 à 115 M \$ en 1994. Selon Monsieur Cloutier, les pharmacies qui cessent de vendre du tabac et qui se joignent à la chaîne se remettent de ce "choc" en moins de 6 mois; la perte de clientèle serait négligeable.

X. 3.5.2 Pharmacies Dell

Selon le même article de "The Gazette", la chaîne ontarienne Dell a cessé de vendre du tabac en 1992. Cette chaîne comprend 16 pharmacies dans la région de Hamilton. En 1992, elle vendait pour 2 M \$ en produits du tabac. Selon le vice-président en 1994, Monsieur Jim Monaghan, la décision a été difficile. Il n'y a pas eu de baisse de clientèle mais l'impact financier a nécessité des réajustements relativement importants qui ont remis la compagnie sur la route de la croissance.

X. 3.5.3 Impact de la loi ontarienne

Depuis janvier 1995, la loi ontarienne interdit de vendre du tabac dans les pharmacies. Auparavant, 1 400 des 2 390 pharmacies vendaient des produits du tabac.

Une étude de la firme Coopers & Lybrand commandée par le Committee of Independant Pharmacists de l'Ontario avait prévu que l'entrée en vigueur de la loi entraînerait 1 300 pertes d'emploi et 119 fermetures de pharmacies.

Un mémoire déposé par des chaînes de pharmacies au ministre de la Santé et des Services sociaux du Québec rapporte que 38 pharmacies ont dû fermer leurs portes suite à l'entrée en vigueur de la loi, ces fermetures étant "en partie" attribuables à l'interdiction de la vente de tabac. De plus, 44 pharmacies auraient dû procéder à une fusion avec l'une ou l'autre des grandes chaînes, la perte de revenus sur la vente de tabac ayant "certainement influencé" cette décision. Certaines chaînes de pharmacies québécoises actives en Ontario ont enregistré une baisse d'achalandage de l'ordre de 4 % dans les établissements qu'elles opèrent dans cette province.

Par ailleurs, la chaîne Shoppers Drug Mart, propriété de la compagnie Imasco, laquelle possède Imperial Tobacco et Pharmaprix au Québec, semble avoir bien résisté au changement provoqué par la loi. Le rapport annuel 1995 de la compagnie Imasco précise que la chaîne a bien performé malgré la perte de la vente de tabac. Imasco a même acheté une chaîne de pharmacies (135 Big-V) après l'entrée en vigueur de la loi. Cette dernière n'a pas empêché le nombre de pharmacies en Ontario de croître, celui-ci passant de 2 389 en 1994 à 2 457 en 1995.

On peut donc présumer que la mise en application d'une interdiction de vendre du tabac en pharmacie nécessiterait certes des adaptations de la part des commerces concernés et pourrait contribuer possiblement à la fermeture de quelques-uns d'entre eux pour des raisons de rentabilité économique (l'arrêt de la vente de tabac pouvant être l'un des facteurs d'influence); mais globalement, il est difficile de croire que ce secteur économique ne pourrait pas se remettre relativement bien d'une pareille politique comme ce fut le cas en Ontario.

X. 3.6 Organismes de santé

En 1994, Imasco a consacré au-delà de 900 000 \$ en dons variant de 200 \$ à 50 000 \$ à plus de 150 organismes de santé au Canada, dont plusieurs au Québec (associations, fondations, hôpitaux, sociétés, ...).

La mesure proposée touchera plusieurs organismes à des degrés variables qu'il est impossible de préciser; pour certains les conséquences seraient négligeables, tandis que pour d'autres elles pourraient être plus importantes.

X. 3.7 Les fabricants de produits du tabac

La réglementation affecterait sérieusement l'intervention commerciale des fabricants; c'est d'ailleurs ce qui est recherché... La promotion des produits du tabac serait lourdement hypothéquée. Une publicité restreinte et réglementée, sujette à approbation, serait permise. En dehors de la publicité proprement dite, seul l'emballage pourrait servir de plate-forme publicitaire. Les autres avenues seraient bloquées par la loi.

L'emballage serait soumis à quelques règles applicables à la publicité dès l'adoption de la loi. L'industrie pourrait avoir à repenser quelques emballages courants.

L'obligation d'emballer les cigarettes en paquet d'au moins 20 unités est déjà en vigueur en vertu de la loi fédérale.

Il en va de même pour la remise de rapports à Santé Canada et les compagnies semblent bien répondre à cette exigence du palier fédéral. Une exigence similaire au Québec ne devrait pas être mal accueillie.

Comme aucune intervention à court terme n'est définie en ce qui a trait au contrôle de la composition des produits du tabac, il est difficile d'être précis dans l'appréciation de l'impact de la mesure rendant possible pareille intervention. C'est donc lors de l'étape de l'examen de l'éventuelle réglementation que cet impact pourra être apprécié.

X 3.8 Les commandités de l'industrie du tabac

L'industrie du tabac commandite plusieurs événements au Québec dans les domaines sportif et culturel. On estime cette implication financière à 25 M \$. L'application des mesures du projet de loi concernant cette commandite pourrait entraîner un désengagement massif de la part de l'industrie dans ce secteur. Les régions de Montréal et Québec en seraient particulièrement affectées.

Les réserves émises concernant ces dispositions du projet de loi s'appuient sur la crainte que ce retrait de l'industrie du tabac affecte sérieusement la qualité des événements concernés ou puisse même les faire disparaître, entraînant avec eux des emplois, des retombées économiques liées au tourisme et des programmes de développement dans les

secteurs concernés. On avance que ces commanditaires seraient difficiles à remplacer et ce particulièrement dans le secteur culturel et artistique, là où le financement gouvernemental est en recul.

Pour pallier à l'éventuelle perte de fonds des compagnies de tabac et éviter l'impact appréhendé, on recommande que le gouvernement prenne des mesures afin d'assurer un financement compensatoire complet et permanent des commandites perdues.

Signalons d'abord que l'interdiction de la commandite pour fin publicitaire prend son sens dans le contrôle de la publicité tel que prévu dans le projet de loi; il serait tout-à-fait illogique de permettre la commandite d'une part et de contrôler de façon serrée la publicité d'autre part. On ne peut être à la fois et pour l'un et pour l'autre. Rappelons que l'interdiction de toute publicité des produits du tabac existait au Canada entre 1988 et septembre 1995 et que cette interdiction s'appliquait à la commandite. Les compagnies de tabac ont réussi à contourner "légalement" la lettre de la loi et ont réussi à se soustraire à son esprit, ce qui leur a permis d'investir dans la publicité de leurs produits par la commandite. Par ailleurs, une commandite contrôlée qui aurait un impact publicitaire très limité serait difficile à concevoir et à gérer et il a fort à parier qu'il y aurait tout de même désengagement des compagnies de tabac, celles-ci n'y trouvant pas suffisamment leur compte. Le choix est donc clair et il faut aller vers une impossibilité de promouvoir le tabagisme et les produits du tabac par la commandite. Compte tenu de la nocivité de ces produits, c'est un choix qui s'impose pour toute société qui a la prétention de contrôler son développement et son avenir. La France, l'Allemagne, la Finlande et l'Angleterre sont allées dans ce sens.

Ceci dit, il faut reconnaître que la mesure est pour le moins perturbatrice et qu'elle appellera une réorganisation ou du financement ou de la portée ou du contenu des événements concernés. C'est un prix justifié compte tenu de la problématique en cause.

Mais c'est un prix qui pourrait être réduit par la mise sur pied d'un fonds gouvernemental qui supporterait financièrement une période transitoire marquant le passage "d'un monde à l'autre". C'est ce que prévoit le projet de loi.

Précisons qu'il n'est pas considéré que le gouvernement compense entièrement et de façon permanente les commandites de tabac perdues suite à l'adoption de la loi; agir autrement serait injuste à l'égard de tous les organismes qui ont choisi de ne pas recourir à de telles commandites.

Il ne serait d'ailleurs pas plus juste de permettre aux propriétaires d'une installation portant le nom d'un produit du tabac d'en conserver le nom; des implications particulières de cette position pourront être considérées le cas échéant.

Partant de la prémisse que ces commandites représentent en général de 10 à 15 % au plus du budget des événements, il est présumé qu'un support financier gouvernemental, échelonné sur 3 à 5 ans, permettrait à la grande majorité de ces événements de survivre à la transition qui leur serait imposée, quitte à ce que certains d'entre-eux diminuent leur envergure ou doivent recruter d'autres commanditaires. Ainsi, à titre d'exemple, si un événement reçoit 1,5 M \$ en commandite et que son budget total est de 10 M \$ et en supposant que le Fonds pour la prévention du tabagisme lui verse une subvention égale à 75 % du montant reçu de l'industrie du tabac soit 1,125 M \$, son budget total serait réduit de 375,000 \$ ou 3,75 %. Au cours des dernières années, de nombreuses organisations tant publiques que privées ont eu à composer avec des contraintes beaucoup plus importantes.

La démarche ne serait pas nécessairement facile mais elle est jugée réaliste. On s'écarte ainsi d'une perception apocalyptique des conséquences du retrait des commandites du tabac.

Le projet de loi prévoit une implication de tous les ministres concernés dans l'utilisation des budgets en cause.

Le ministre de la Santé et des Services sociaux

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jean Rochon', written in a cursive style.

JEAN ROCHON

DE: Monsieur Jean Rochon
Ministre de la Santé et des Services sociaux

Le 27 novembre 1996

OBJET: Projet de loi sur le tabac

PARTIE CONFIDENTIELLE

XI. ACCESSIBILITÉ AU PUBLIC

La première partie du présent mémoire ne sera pas accessible au public.

XII. RECOMMANDATIONS

ATTENDU que l'une des responsabilités principales du gouvernement consiste à protéger la santé de la population et d'orienter en ce sens le développement de la société;

ATTENDU que le tabac est un produit ayant de multiples conséquences sur la santé et que le tabagisme est un problème social nécessitant une intervention structurante et importante aux fins de protéger la santé des Québécois et Québécoises;

ATTENDU que la législation est une stratégie antitabac fondamentale compte tenu de son important pouvoir de remodelage socioculturel;

ATTENDU qu'il est préférable que, dans le contexte actuel, la vente et la consommation des produits du tabac demeurent légales et que, par contre, son usage et sa commercialisation soient encadrés;

Je recommande au Conseil des ministres:

A) Le dépôt devant l'Assemblée nationale d'un projet de loi sur le tabac qui contiendrait les éléments suivants:

1. le principe qu'il sera interdit de fumer dans tous les lieux fermés accueillant du public et dans tous les lieux affectés à un usage collectif sauf dans des fumoirs fermés et ventilés, dans les catégories de lieux déterminés par règlement du gouvernement et dans les autres cas expressément prévus par la loi;
2. la permission pour tous les milieux de travail désirant installer des fumoirs, de surseoir aux exigences de ventilation de ceux-ci pendant les 18 mois suivant l'entrée en vigueur de la loi.
3. l'interdiction d'aménager des fumoirs dans les garderies, les écoles primaires et les écoles secondaires et la possibilité pour le gouvernement, à une date qu'il déterminera, d'interdire de fumer sur les terrains occupés par ces établissements;
4. la possibilité pour tous les établissements qui hébergent des personnes de prévoir des chambres pour fumeurs et des aires où il est permis de fumer;
5. la possibilité de prévoir des aires de services pour fumeurs dans tous les lieux commerciaux où de la nourriture est consommée, comme les restaurants, cafétérias,

etc, à condition toutefois que l'espace réservé à cette fin ne dépasse pas 40 % de l'espace disponible pour accueillir la clientèle;

6. la possibilité de fumer dans les bars et discothèques dont l'accès est réservé aux personnes majeures;
7. la possibilité de prévoir des aires pour fumeurs dans les centres commerciaux, les casinos, les salles de jeux, les gares, les lieux où sont présentés des spectacles, des activités culturelles ou sportives, des congrès, etc;
8. le principe qu'aucun fumoir ni aucune aire pour fumeurs ne peut être aménagé dans quelque lieu que ce soit, si l'endroit est majoritairement fréquenté par des mineurs;
9. l'obligation pour les restaurateurs qui désirent aménager une aire pour fumeurs de séparer celle-ci de la section non-fumeurs par des cloisons et d'en assurer une ventilation adéquate dans un délai de deux ans à compter de la sanction de la loi;
10. l'obligation pour l'exploitant ou l'occupant d'un lieu visé par la loi de s'assurer que la loi soit respectée dans le lieu dont il est responsable;
11. la possibilité pour le gouvernement de réglementer en matière de fumoirs, d'espaces réservés aux fumeurs et d'affichage;
12. l'interdiction de vendre ou de donner du tabac à un mineur, dans le cadre d'une activité commerciale;
13. l'interdiction de vendre des cigarettes à l'unité ou dans un paquet contenant moins de 20 cigarettes;
14. l'interdiction de vendre du tabac dans le cadre d'une activité commerciale, sur les terrains et dans les locaux occupés par les établissements de santé, les garderies et les écoles primaires et secondaires;
15. l'interdiction de vendre du tabac à l'aide d'un distributeur automatique, qu'il soit muni ou non d'un contrôle électronique à distance, un an après la sanction de la loi;
16. l'obligation pour le commerçant de retirer les présentoirs de tabac "libre service" et d'afficher l'interdiction de vente aux mineurs et une mise en garde sur les dangers du tabac, le gouvernement devant, quant à ces deux derniers éléments, adopter une réglementation précise en matière d'affichage;
17. l'interdiction de toute vente au consommateur qui n'est pas faite en présence des deux parties, comme la vente par la poste;
18. l'interdiction pour les commerçants de vendre ou de donner des friandises ou des jouets imitant les produits du tabac;
19. l'interdiction pour les commerçants de distribuer gratuitement du tabac, d'offrir des rabais sur le tabac ou toute autre forme de bénéfice comme d'organiser des jeux, etc;
20. la possibilité pour le gouvernement d'adopter un règlement sur l'emballage et la présentation du tabac;
21. l'interdiction des commandites associant la promotion du tabac, d'un produit du tabac, d'une marque de produit du tabac ou d'un fabricant de tabac directement ou indirectement, à compter de l'entrée en vigueur de la loi, avec possibilité de respecter les contrats déjà signés au jour du dépôt du projet de loi, mais seulement ceux destinés à financer des activités prévues pour au plus tard un an après le jour du dépôt du projet de loi;
22. l'interdiction pour l'industrie du tabac de faire des dons aux établissements de santé et de services sociaux, aux fondations qui leur sont rattachées et aux organismes oeuvrant

dans le domaine de la santé et dont le financement provient, en tout ou en partie, du ministère de la Santé et des Services sociaux;

23. l'interdiction pour l'industrie du tabac de financer à des fins promotionnelles des installations sportives ou culturelles et l'obligation pour tous les propriétaires d'installations sportives ou culturelles portant le nom d'un produit du tabac, de changer le nom de leur équipement dans un délai d'un an à compter de la sanction de la loi;
24. l'interdiction de toute publicité favorisant l'usage du tabac sauf celle diffusée par les journaux et magazines non destinés aux enfants ou aux adolescents ou par de l'affichage à l'intérieur des lieux de vente du tabac et même alors, suivant des normes très strictes et précisées dans le projet et à condition qu'il ne s'agisse que de textes écrits, comportant également des mises en garde sur les dangers du tabagisme;
25. l'obligation de faire approuver par le ministre de la Santé et des Services sociaux ou par la personne qu'il désigne, toute publicité sur le tabac, qu'elle soit "pro" ou "anti" tabac;
26. la possibilité pour le gouvernement de réglementer davantage la publicité et l'étalage des produits dans les lieux de vente;
27. le non-assujettissement des publications ou émissions produites à l'extérieur du Québec aux normes sur la publicité prévues par le projet de loi, de façon à ne pas nuire à l'importation et à la circulation de la presse étrangère;
28. la constitution d'un fonds gouvernemental pour financer la publicité antitabac, l'élaboration de programmes éducatifs, l'application de la présente loi et le support transitoire des événements affectés par l'éventuel retrait des commandites de l'industrie du tabac, dont la gestion sera confiée au ministre de la Santé et des Services sociaux et qui sera alimenté, entre autres, par une contribution de l'industrie du tabac;
29. la possibilité pour le gouvernement de réglementer en matière de composition et de caractéristiques des produits du tabac;
30. l'adoption par le gouvernement d'un règlement sur les rapports et informations que le ministre de la Santé et des Services sociaux ou la personne qu'il désigne peut exiger de l'industrie du tabac;
31. la surveillance de l'application de la loi par des agents de contrôle de l'usage du tabac et par des inspecteurs, nommés par le Procureur général ou les municipalités;
32. la surveillance de l'application de la loi par les personnes nommées par le Procureur général dans tous les organismes publics déjà visés par la loi actuelle sur la protection des non-fumeurs;
33. l'octroi de tous les pouvoirs nécessaires aux agents de contrôle de l'usage du tabac afin qu'ils puissent assurer le respect de la loi par les fumeurs, dans les lieux où il est interdit de fumer;
34. l'octroi de tous les pouvoirs nécessaires aux inspecteurs pour qu'ils puissent effectuer leur travail d'inspection des lieux et activités visés par la loi, y compris des pouvoirs de saisie;
35. la possibilité pour les municipalités d'intenter des poursuites pénales et de conserver les amendes pour toutes infractions à la loi commises sur leur territoire, à l'exception de celles commises dans ou relativement à un lieu occupé par un organisme public, ces dernières demeurant sous la juridiction exclusive du Procureur général;
36. l'imposition d'amendes importantes, pouvant aller jusqu'à 600 000 \$ dans certains cas;
37. l'imposition par le ministre de la Santé et des Services sociaux, en cas de non-respect par les commerçants de certaines dispositions de la loi, de sanctions administratives appliquées par le ministre du Revenu pouvant aller jusqu'au retrait partiel du certificat

d'inscription prévu par la Loi sur la taxe de vente au Québec, de telle sorte que le marchand perdrait son droit de vendre du tabac pour des périodes de temps variables;

38. la responsabilité de l'application de la loi serait confiée au ministre de la Santé et des Services sociaux;

B) À défaut d'approuver le Règlement modifiant le Code de déontologie des pharmaciens, ayant pour objet d'interdire la vente de tabac par les pharmaciens, d'insérer dans le projet de loi sur le tabac une disposition précise au même effet.

C) De prévoir, pour une période de trois ans (renouvelable pour 2 années additionnelles après évaluation de la situation), une aide financière transitoire pour permettre l'adaptation de certains événements des domaines de la culture et du sport qui seraient confrontés à une diminution de leurs revenus de commandite provenant de l'industrie du tabac suite à l'adoption de la Loi sur le tabac.

D'attribuer cette aide via le Fonds pour la prévention du tabagisme et, dans la mesure du possible, y associer des attentes de communication liées à la prévention du tabagisme.

Enfin, de fixer le montant maximum prévu à cette fin à 75 % du montant versé en 1994-1995 par l'industrie du tabac, soit 18,8 M \$.

D) De demander au ministre des Finances de prévoir la constitution du Fonds pour la prévention du tabagisme et les revenus nécessaires pour soutenir l'application de la loi estimée à 26,5 M \$.

À cette fin, de privilégier une contribution directe des fabricants du tabac oeuvrant au Québec ou encore une partie de l'impôt sur le tabac qui pourrait être accrue notamment à cette fin.

E) De demander au Conseil du Trésor de prévoir les ajustements nécessaires au budget prévisionnel des ministères concernés (Santé et Services sociaux, Revenu et Justice s'il y a lieu) pour permettre la mise en oeuvre de la loi au cours de l'exercice financier 1997-1998.

Le ministre de la Santé et des Services sociaux



JEAN ROCHON

Charte des droits et libertés de la personne (RLRQ, c. A-2.1)

Secret professionnel.

9. Chacun a droit au respect du secret professionnel.

Divulgence de renseignements confidentiels.

Toute personne tenue par la loi au secret professionnel et tout prêtre ou autre ministre du culte ne peuvent, même en justice, divulguer les renseignements confidentiels qui leur ont été révélés en raison de leur état ou profession, à moins qu'ils n'y soient autorisés par celui qui leur a fait ces confidences ou par une disposition expresse de la loi.

Devoir du tribunal.

Le tribunal doit, d'office, assurer le respect du secret professionnel.

1975, c. 6, a. 9.

**Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la
protection des renseignements personnels**
(RLRQ, c. A-2.1)

Prohibition.

14. Un organisme public ne peut refuser l'accès à un document pour le seul motif que ce document comporte certains renseignements qu'il doit ou peut refuser de communiquer en vertu de la présente loi.

Accès non autorisé.

Si une demande porte sur un document comportant de tels renseignements, l'organisme public peut en refuser l'accès si ces renseignements en forment la substance. Dans les autres cas, l'organisme public doit donner accès au document demandé après en avoir extrait uniquement les renseignements auxquels l'accès n'est pas autorisé.

1982, c. 30, a. 14.

**Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la
protection des renseignements personnels**
(RLRQ, c. A-2.1)

Opinion juridique.

31. Un organisme public peut refuser de communiquer une opinion juridique portant sur l'application du droit à un cas particulier ou sur la constitutionnalité ou la validité d'un texte législatif ou réglementaire, d'une version préliminaire ou d'un projet de texte législatif ou réglementaire.

1982, c. 30, a. 31.

Avis de recours

À la suite d'une décision rendue en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

Révision par la Commission d'accès à l'information

a) *Pouvoir :*

L'article 135 de la Loi prévoit qu'une personne dont la demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels peut demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision. La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante:

Québec	525, boul. René-Levesque Est Bureau 2.36 Québec (Québec) G1R 5S9	Tél. : 418 528-7741 Numéro sans frais 1 888 -528-7741	Télec. : 418 529-3102
Montréal	500, boul. René Lévesque Ouest Bureau 18.200 Montréal (Québec) H2Z 1W7	Tél. : 514 873-4196 Numéro sans frais 1 888 -528-7741	Télec. : 514 844-6170

b) *Motifs :*

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) *Délais :*

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La Loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).