



*La loi C-71 n'a pas freiné la tendance à la hausse*

## Augmentation fulgurante des dépenses publicitaires des cigarettiers au Québec

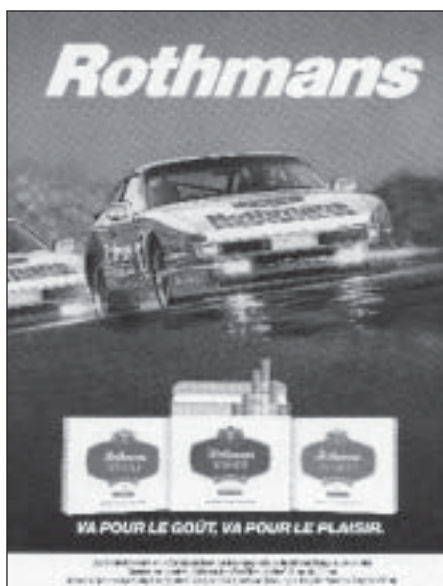
Francis Thompson

Loin de se plier à la volonté du législateur, les cigarettiers canadiens dépensent de plus en plus pour faire la promotion de leurs produits. Au Québec, on note une croissance particulièrement spectaculaire des budgets publicitaires.

Ce sont là les deux résultats les plus marquants d'une étude réalisée par la firme AC Nielsen pour le compte de l'organisme Médecins pour un Canada sans fumée et présentée au Comité permanent de la Santé de la Chambre des Communes.

Au Québec, les dépenses publicitaires de l'industrie du tabac étaient de 3,79 millions \$ en 1995, soit 0,52 \$ par habitant. Ce chiffre est passé à 0,97 \$ en 1996 et à 1,33 \$ en 1997. Dans les six premiers mois de 1998, les dépenses atteignaient 0,87 \$ par habitant, soit 1,74 \$ sur une base annuelle. On peut donc dire que ces dépenses ont triplé en trois ans. La progression a été moins rapide dans les provinces anglophones, où les dépenses *per capita* ont tout de même doublé : 0,40 \$ en 1995, 0,79 \$ en 1997.

Il faut bien noter que l'étude Nielsen ne rend compte que d'une partie des dépenses de marketing des cigarettiers : elle ne comptabilise pas la promotion aux points de vente, en particulier les paiements aux détaillants pour que ceux-ci mettent les paquets de cigarettes bien en vue derrière le comptoir. En 1996, ces paiements s'élevaient à 60 millions \$ pour l'ensemble du Canada, soit trois fois plus que toutes les dépenses publicitaires recensées



La publicité traditionnelle du tabac, comme cette annonce de Rothmans en 1988, a été remplacée, en quantité et en efficacité, par d'autres à peine déguisées, comme cette affiche du Rallye Export 'A' de Charlevoix, qui restera exposée des semaines ou des mois après la course du 1<sup>er</sup> novembre.

par Nielsen. L'étude ne tient pas non plus compte de la promotion sur le site des événements commandités, dans les bars et restaurants, ou dans les hebdomadaires tels *Voir* ou *Ici*.

Par contre, ces chiffres englobent à la fois la publicité directe pour une marque de cigarette (exemple : « Nouvelle allure, toujours elle-même — Export 'A' »...) et la publicité qui prend pour prétexte une commandite (exemple : « Export 'A' — Va jusqu'au bout »). Il est intéressant de constater que la commandite est restée le moyen publicitaire privilégié de l'industrie, même durant l'intermède de 1995 à 1997 au cours duquel la publicité directe était redevenue légale. Tant en 1996 qu'en 1997, la publicité de commandite et d'autres formes de publicité indirecte comptaient pour plus des trois quarts des budgets publicitaires de l'industrie au Québec.

### Pourquoi l'écart ?

Comment expliquer l'écart grandissant entre les budgets consacrés à la promotion du tabagisme au Québec et l'argent dépensé dans les provinces anglophones ? Ce n'est pas conforme →

### SOMMAIRE

Peu de restrictions aux commandites	3-4
Eric LeGresley à l'OMS	5
Retour en force des cigares	6-7
FTE et cancer du poumon	8-9
Commission royale d'enquête	10-11

aux tendances observées pour d'autres produits de consommation ; il coûte généralement moins cher par habitant d'acheter de la publicité au Québec qu'au Canada anglais. (En fait, le prix de la publicité est généralement proportionnel au revenu moyen du public cible ; or, le revenu moyen des Québécois est moins élevé que la moyenne canadienne.)

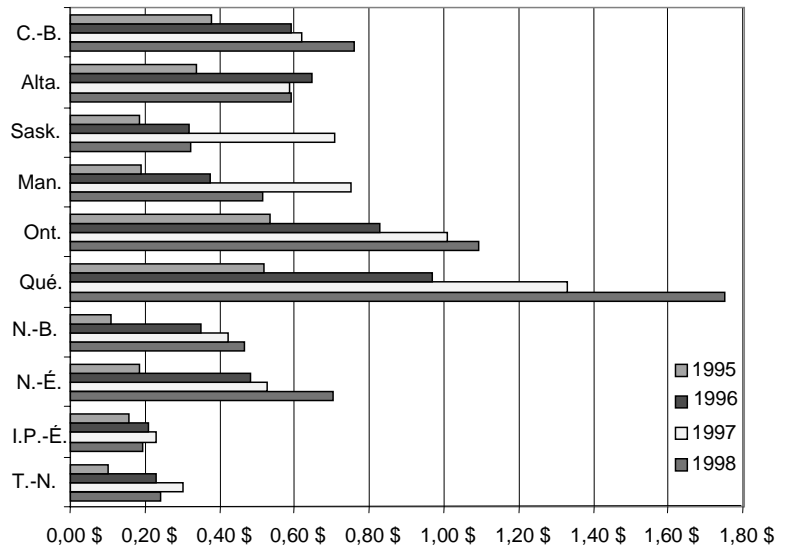
On pourrait aussi supposer que le Québec a tout simplement plus d'événements « commanditables » que le Canada anglais — la manie des festivals est sans doute plus répandue au Québec.

Toutefois, les dépenses publicitaires des cigarettiers sont souvent sans grand rapport avec l'envergure des événements commandités ; une petite course de motoneiges peut donner lieu à autant de panneaux-réclame qu'un grand rassemblement culturel. De plus, plusieurs des grandes campagnes actuellement en cours, dont celle vantant le Conseil des arts du Maurier, ne sont même pas reliées à un événement en particulier.

Il reste deux hypothèses crédibles. Le Québec connaît encore des taux de tabagisme bien au-dessus de la moyenne nord-américaine ; il est possible que l'industrie du tabac ait déjà mis une croix sur les perspectives à long terme pour le marché canadien-anglais, mais espère tirer son épingle du jeu chez les francophones. L'industrie du tabac a longtemps eu meilleure presse au Québec, ce qui laisse aussi plus de marge de manœuvre pour faire de la publicité à haute visibilité.

Une autre possibilité a été évoquée par la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac : les cigarettiers ont peut-être augmenté leurs budgets de promotion au Québec dans l'espoir de bloquer l'adoption d'une loi québécoise sur le tabac.

« Selon nous, il est raisonnable de croire que, lorsque les compagnies de tabac investissent dans la publicité, ils font d'une pierre deux



Dépenses publicitaires de l'industrie du tabac par habitant, provinces canadiennes, 1995-1998.

(1998 : projections)

*coups : ils attendent de nouveaux jeunes fumeurs et s'efforcent de bloquer les lois antitabac, a affirmé Louis Gauvin, coordonnateur de la Coalition. Cette tendance à la hausse se voit aussi maintenant en Colombie-Britannique, où le gouvernement s'apprête à étudier une loi antitabac extrêmement sévère. Il est clair que les compagnies de tabac utilisent la publicité et le marketing pour faire une pression indirecte sur nos députés, notamment en augmentant la dépendance des événements populaires envers leur commandite. »*

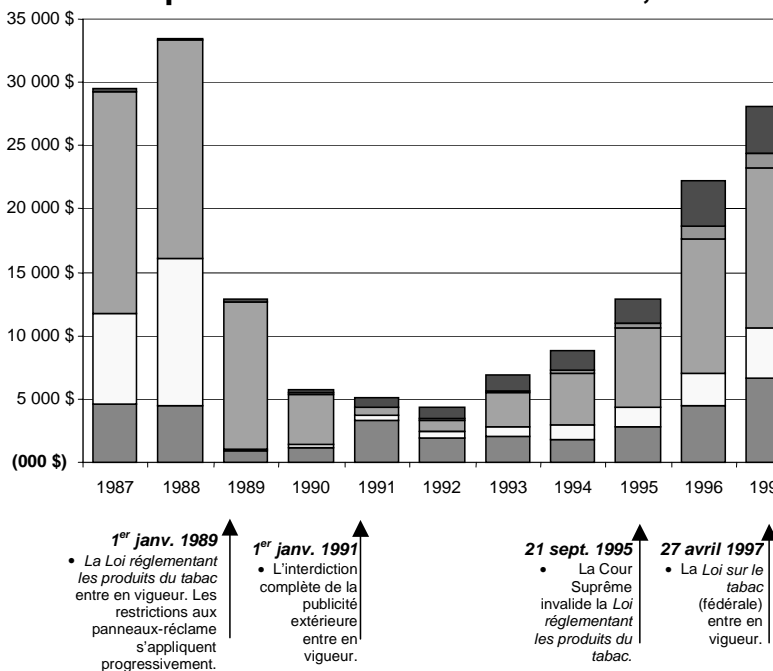
### Lois fédérales contournées par la commandite

L'étude Nielsen commandée par Médecins pour un Canada sans fumée permet de compléter la série de données que la firme avait déjà relevées pour le compte de Santé Canada sur la période 1987 à 1994.

On peut donc constater que les budgets publicitaires des cigarettiers ont atteint leur sommet en 1988, avant l'entrée en vigueur des restrictions contenues dans la Loi réglementant les produits du tabac ; ces budgets atteignaient alors 33,5 millions \$. Suite à cette loi fédérale, les dépenses ont chuté de façon assez radicale (12,9 millions \$ en 1989, 5,6 millions \$ en 1990), pour ensuite commencer à remonter en 1993, en grande partie à cause de la réorientation des budgets vers la publicité de commandite.

Ainsi, les dépenses publicitaires dans la catégorie « événements et promotion » ne totalisaient même pas 1 million \$ au Canada en 1987 ; dix ans plus tard, elles étaient de 17,4 millions \$ !

### La publicité du tabac au Canada, 1987-1997





Le 28 octobre à Ottawa, **Cynthia Callard**, de Médecins pour un Canada sans fumée, et **Louis Gauvin**, de la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac, ont présenté les résultats de l'étude de la firme AC Nielsen.

L'entrée en vigueur de la *Loi sur le tabac* au fédéral n'a pas mis de frein aux activités promotionnelles de l'industrie. Celle-ci a tout simplement transféré les budgets dégagés par l'interdiction de la publicité directe dans la publicité indirecte, qui prend la commandite comme prétexte mais qui ressemble drôlement à la publicité de marque.

Ce transfert a eu un autre effet fort inquiétant : le retour en force de la publicité du tabac à la télévision et à la radio, phénomène pratiquement inconnu depuis une génération mais redevenu possible en passant par la commandite. Les cigarettiers s'étaient retirés des médias électroniques en 1971 pour éviter l'adoption d'une loi fédérale interdisant toute publicité ; cette autocensure ne tient plus depuis le début des années 1990, et les dépenses publicitaires de l'industrie dans les médias électroniques atteignaient 4,7 millions \$ en 1997.

On peut donc conclure, sans exagération, que les dispositions de la loi C-71 concernant la promotion du tabac seront sans effet jusqu'au moment où on s'attaquera réellement à la commandite.

## Les libéraux déterminés à adopter l'amendement Villeneuve à toute vitesse

Francis Thompson

Àu grand dam des organismes de santé, le gouvernement fédéral s'apprête à faire adopter le projet de loi C-42 à toute vapeur et sans grandes modifications, permettant ainsi la poursuite de la publicité de commandite tous azimuts pendant deux ans supplémentaires.

Suite aux nombreuses critiques des groupes antitabac à l'égard de « l'amendement Villeneuve », les libéraux ne semblent céder que sur trois aspects.

Premièrement, la date limite pour l'interdiction complète de la publicité de commandite a été fixée au 1<sup>er</sup> octobre 2003, et les restrictions qui devaient entrer en vigueur cet automne s'appliqueront à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2000. Dans la première version du projet de loi, le compte à rebours n'aurait été déclenché qu'après adoption d'un décret par le conseil des ministres.

Deuxièmement, les cigarettiers ne pourront ressusciter de vieux événements pour servir de support à leur publicité ; seuls les événements récurrents ayant eu lieu au moins une fois dans les 15 mois précédant l'adoption de la loi C-71 (avril 1997) jouissent de droits acquis.

Enfin, selon Elinor Caplan, secrétaire parlementaire du ministre Allan Rock, « seules les activités faisant déjà l'objet de commandites au Canada bénéficient d'un droit

acquis ». Pas question, donc, de se mettre à faire de la publicité pour souligner la généreuse commandite d'un rallye automobile se déroulant dans le désert australien.

Par contre, a expliqué M<sup>me</sup> Caplan en commission parlementaire le 29 octobre, le gouvernement fédéral compte modifier son projet de loi pour le rendre « plus sensible à la nouvelle conjoncture du sport automobile », c'est-à-dire pour faciliter la vie à Jacques Villeneuve, avec son habitude de changer d'équipe et de marque de cigarettes. « *Le libellé du projet de loi sera modifié pour que le critère des droits acquis s'applique tant aux participants individuels qu'à l'activité commanditée.* »

### Réticence à s'harmoniser avec le Québec

Contrairement à la loi québécoise adoptée en juin dernier, le projet de loi C-42 ne prévoit toujours pas de plafond de dépenses pour la publicité de commandites pendant les cinq ans qu'elle restera encore permise. Un tel plafond poserait « des problèmes de faisabilité et d'application », a affirmé M<sup>me</sup> Caplan, sans autre précision. Du côté fédéral, il n'y a donc aucun obstacle à ce que les cigarettiers doublent ou triplent leurs dépenses publicitaires au cours des deux prochaines années.

M<sup>me</sup> Caplan a tout de même entrouvert la porte à un amendement de dernière minute qui imposerait un plafonnement des dépenses publicitaires de l'industrie : « *Nous attendrons de connaître le point de vue des témoins avant de prendre une décision* », a-t-elle déclaré à l'ouverture des audiences publiques du Comité permanent de la Santé de la Chambre des Communes.

### Pas de lampe magique

On pouvait tout de même douter des intentions du gouvernement d'écouter sérieusement le point de vue des organismes de santé : les invitations à venir témoigner →



Jacques Villeneuve, aussi rapide que le Comité permanent de la santé !

devant les parlementaires n'ont été confirmées qu'en toute fin d'après-midi du 29 octobre. Les présentations, d'une durée maximale de cinq minutes par groupe, commençaient à 9h le lendemain à Ottawa, et les audiences publiques devaient se terminer quelques heures plus tard.

« *Je n'ai pas de lampe magique pour me rendre à Ottawa !* », a pesté Gilles Lépine de la Fédération québécoise pour le sport étudiant, basé à Québec. Comme plusieurs autres, M. Lépine a passé la soirée à travailler sur sa présentation pour se lever à la toute première heure et se rendre à

l'aéroport.

D'autres organismes, dont l'Association pour les droits des non-fumeurs et l'Association médicale canadienne, ont carrément refusé de témoigner à moins de 24 heures de préavis, et le Comité permanent de la Santé a finalement consenti à entendre quelques témoins supplémentaires le matin du 3 novembre, avant de passer à l'étude du projet article par article.

Cette précipitation est d'autant plus étonnante du fait que le ministre Rock avait hésité pendant plus d'un an à donner suite à l'engagement préélectoral de son prédé-

cesseur, David Dingwall, et à proposer son « amendement Villeneuve ». Même après le dépôt du projet de loi C-42 en juin dernier, M. Rock a accumulé les retards : l'adoption en deuxième lecture à la Chambre des Communes a été reportée jusqu'au 20 octobre (contrairement à ce que nous avons rapporté dans notre dernier numéro).

Chez les organismes de santé, on se demande bien sûr pourquoi le besoin de procéder rapidement est apparu seulement lorsqu'on passait à l'étape des consultations publiques.

## Accueil glacial pour Rob Parker

L'argent ne fait pas le bonheur, dit-on. La richesse farouche de l'industrie du tabac ne semble même plus protéger ses porte-parole contre l'opprobre public, à en juger par l'accueil réservé à Rob Parker lors de son témoignage devant le Comité permanent de la Santé à Ottawa le 29 octobre dernier.

Président du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac depuis plusieurs années, M. Parker a le mandat de présenter comme truismes les affirmations les plus discutables de l'industrie, en gardant toujours un œil sur l'utilisation qu'on pourrait faire de ses déclarations publiques lors d'une des nombreuses poursuites judiciaires auxquelles les cigarettiers sont mêlés.

L'industrie conteste actuellement en Cour supérieure le bien-fondé des restrictions à la publicité directe contenues dans la Loi sur le tabac fédérale. Aussi ne faut-il pas trop s'étonner que M. Parker, dans la version écrite de son témoignage aux parlementaires, affirme en véritable pince-sans-rire qu'il n'y a pas « *la moindre évidence (sic) fiable d'un quelconque rapport entre la publicité, que ce soit du produit ou des événements commandités, et la décision de fumer.* »

Témoignant avant M. Parker, Rob Cunningham de la Société canadienne du cancer a déposé des centaines de pages d'études sur le lien entre la publicité du tabac et la consommation ; M. Parker n'en a déposé aucune pour appuyer ses thèses.

Le représentant du conseil des fabricants a donc été fidèle à lui-même. Plus intéressante était la réaction du porte-parole conservateur en matière de santé, le député Greg Thompson. « *Reconnaissez-vous que 40 000 décès par année sont imputables à la cigarette au Canada ?* », a-t-il voulu savoir d'emblée. Le passé de M. Parker — il a déjà été député conservateur lui aussi — ne le met plus à l'abri de la colère des parlementaires.



Rob Parker

Le chiffre de 40 000 décès provient de projections faites à partir d'une étude californienne des années 1970 auprès d'une population d'adventistes, a-t-il répliqué. (M. Parker se trompe royalement à ce sujet : pour en arriver au chiffre de 41 408 décès en 1991 attribuables à l'usage du tabac, les spécialistes de Santé Canada se sont servis des risques relatifs calculés dans le cadre de la gigantesque étude Cancer Prevention Study II, qui comprend des données de 1982 à 1988 pour plus d'un million d'Américains.)

« *Si vous êtes fumeur, vous augmentez votre risque de cancer du poumon de manière significative, a-t-il tout de même reconnu. Le cancer du poumon est généralement une maladie de fumeur.* »

Après cette entrée en matière prometteuse, M. Parker a cru bon de rajouter, quelques moments plus tard : « *Ce n'est pas ma job de faire la promotion du fait de fumer ou de la cigarette... Les compagnies de tabac ne causent pas la décision de fumer et n'ont pas d'effet là-dessus.* »

Les députés de toutes les formations, y compris Pauline Picard du Bloc Québécois, ont eu de la difficulté à se retenir. « *Si le fait d'investir dans les commandites ne vous apporte rien, pourquoi vous y tenez tant ?* », a voulu savoir Denis Paradis, député libéral de Brome-Missisquoi. « *Vous ne vous rendez pas service en racontant des bêtises semblables* », a renchéri l'un de ses collègues.

Curieux paradoxe : les parlementaires ne croient pas un mot de ce que dit l'industrie, mais s'approprient quand même à lui accorder une période de grâce supplémentaire pour la publicité de commandite.

Le 3 novembre, lors de l'étude article par article, tant les libéraux que les bloquistes ont voté en faveur du projet de loi C-42. Auparavant, M<sup>me</sup> Picard avait tout de même appuyé une proposition d'amendement néo-démocrate pour limiter l'augmentation des dépenses publicitaires de l'industrie, mais cette proposition a été rejetée par la majorité gouvernementale.

F.T.

*Un autre Canadien à l'OMS*

## Eric LeGresley quitte l'Association pour les droits des non-fumeurs

Le Canada perd une autre figure de proue de la lutte antitabac au profit de l'Organisation mondiale de la santé : Eric LeGresley, avocat au bureau d'Ottawa de l'Association pour les droits des non-fumeurs (ADNF), rejoint l'ancien fonctionnaire fédéral Neil Collishaw à Genève.

M<sup>e</sup> LeGresley occupe ses nouvelles fonctions depuis le 19 octobre, et arrive à l'OMS au moment où le contrôle du tabac est devenu une préoccupation centrale de l'organisme mondial. L'ancienne première ministre de Norvège, Gro Harlem Brundtland, occupe depuis quelques mois le poste de directrice générale de l'OMS et a promis de faire de la lutte au tabagisme une des grandes priorités de son mandat.

Pour M<sup>e</sup> LeGresley, qui a étudié le droit international à Londres avant de revenir au Canada, ce nouveau poste lui permet de se replonger dans sa spécialité. Il travaillera sur l'élaboration d'une nouvelle convention internationale sur le contrôle du tabac, projet dont le principe a été accepté par l'Assemblée mondiale de la santé il y a plus de trois ans mais sur lequel il

reste beaucoup de travail à faire. La convention servira en fait surtout de cadre pour la négociation de protocoles sur des questions transfrontalières précises ; une des priorités sera sans doute la contrebande de cigarettes.

Après près de quatre ans au bureau de l'ADNF, M<sup>e</sup> LeGresley tire un bilan étonnamment pessimiste des efforts canadiens pour combattre le tabagisme : les organismes de santé ont marqué peu de points durant cette période, dit-il. Il faut bien préciser qu'il a commencé son travail à l'ADNF à un des moments les plus pénibles pour les groupes antitabac, c'est-à-dire peu après la baisse des taxes de 1994.

Embauché au départ pour travailler sur la question des emballages banalisés et des marques de commerce, il était en poste en septembre 1995, lorsque la Cour suprême a invalidé la *Loi réglementant les produits du tabac*. Cet arrêt, perçu comme une grande défaite par les organismes de santé, était loin d'être aussi catastrophique qu'on le disait, affirme M<sup>e</sup> LeGresley ; le Plan directeur de la ministre de la Santé de l'époque, Diane Marleau, montrait bien qu'il était encore possible d'adopter des mesures sévères.

C'est par la suite que les choses ont commencé à se détériorer, selon M<sup>e</sup> LeGresley. En décembre 1996, au moment du dépôt du projet de loi C-71 du ministre Dingwall, son association n'a eu que quelques heures pour décider si elle appuyait le projet, jugé plutôt timide par plusieurs observateurs. M<sup>e</sup> LeGresley dit qu'il aurait préféré que l'ADNF s'y oppose publiquement et réclame d'autres mesures, comme les emballages neutres ou des modifications à la composition chimique des cigarettes, plutôt que de se laisser entraîner dans le débat sur les commandites. « *Le défaut ne se situe pas sur le plan des commandites ; c'est le produit lui-même qui est défectueux* », résume-t-il.

Malgré quelques moments difficiles au cours du débat entourant les comman-



**Nouvelle directrice générale de l'OMS, Gro Harlem Brundtland s'est engagée à freiner la pandémie du tabac.**

tes, il est clair que les organismes de santé peuvent compter à plus long terme sur l'appui de la population, dit M<sup>e</sup> LeGresley. « *Le tabac a affecté chaque famille au pays.* » Cet appui ne débouche pas forcément sur du militantisme, comme c'est le cas pour le mouvement écologiste, mais l'opposition aux stratégies de marketing de l'industrie est forte. « *Il n'y a personne qui veut que des cigarettes soient vendues aux mineurs* », dit-il à titre d'exemple.

De plus, les organismes de santé devront apprendre à profiter des divisions au sein de l'industrie du tabac pour faire avancer la cause : cette industrie est loin d'être aussi monolithique qu'elle en a l'air, et elle commet régulièrement des impairs. Les cigarettiers « *ont tendance à croire qu'ils n'ont qu'à sortir assez d'argent pour régler chaque débat* », dit-il.

Au cours des semaines précédant l'adoption de la loi C-71, l'industrie a fait venir une auto de course sur la Colline parlementaire, et a même fait appel à un ensemble de jazz Dixieland. « *Ce n'est pas avec de la musique Dixieland qu'on peut faire changer d'avis les députés* », croit M<sup>e</sup> LeGresley.

F.T.



**Eric LeGresley**

*La vague américaine atteint le Québec***Le retour en force des cigares**

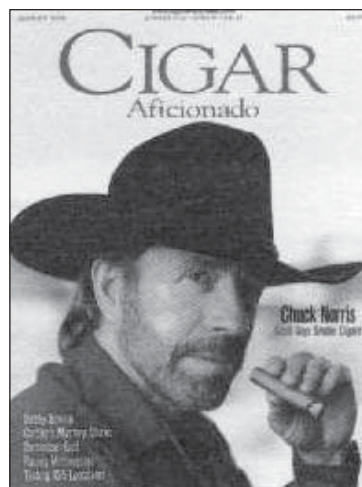
Francis Thompson

Il y a des signes qui ne trompent pas : la mode des cigares, lancée aux États-Unis en 1992, a maintenant atteint le Québec, où même la Société des alcools a récemment senti le besoin d'en faire la promotion.

Sans trop se soucier de la nouvelle *Loi sur le tabac*, qui interdit depuis le 1<sup>er</sup> octobre toute publicité de tabac qui est « diffusée autrement que dans des journaux et magazines écrits dont au moins 85 % des lecteurs sont majeurs », la société d'État affichait à la mi-octobre, sur son site Internet, un avis « aux amateurs de cigares » : une sélection de cigares était dorénavant offerte dans une trentaine de succursales SAQ à travers le Québec.

Le 17 octobre, le quotidien *Le Soleil* a attiré l'attention sur cette nouvelle promotion, peu conforme à la politique antitabac du gouvernement. Deux jours plus tard, suite à des réactions très négatives, la société d'État a retiré la promotion. « *L'entreprise veut par là signifier sa ferme intention de ne pas contribuer, ni sembler contribuer, à quelque menace que ce soit à la santé publique ou à quelque nuisance que ce soit au commerce des magasins spécialisés dans la vente des produits du tabac* », a annoncé la SAQ par voie de communiqué.

Toutefois, la SAQ ne s'est nullement excusée de s'être lancée dans la vente de cigares, opération qui selon elle « s'inscrivait dans le cadre de la tendance, de plus en plus populaire, à marier la consommation d'alcools fins et la dégustation de cigares... (et) dans le contexte des efforts de la SAQ qui vise à toujours mieux servir sa clientèle en lui offrant des produits diversifiés » (sic). Détail intéressant et révélateur : le monopole offrait non seulement des cigares de luxe, mais aussi la revue américaine *Cigar Aficionado*.



Associant le cigare aux produits luxueux, la somptueuse revue américaine *Cigar Aficionado* présente des célébrités à la une, tels **Michael Douglas** et **Chuck Norris**.

Or, cette revue est justement le véhicule principal de la grande opération de repositionnement du cigare aux États-Unis, qui commence à inquiéter sérieusement les autorités en santé publique chez nos voisins américains. La page couverture de *Cigar Aficionado* présente presque toujours une vedette du monde artistique ou sportif en train de fumer un cigare ; parmi les exemples mémorables, il y a eu le hockeyeur Wayne Gretzky, la comédienne Demi Moore et la top-model Claudia Schiffer.

Au printemps dernier, le *National Cancer Institute* a publié une volumineuse monographie sur la question pour sonner l'alarme sur le retour du cigare. (*Cigars : Health Effects and Trends*, disponible sur Internet au [http://rex.inci.nih.gov/NCI\\_MONOGRAPHS/MONO9.HTM](http://rex.inci.nih.gov/NCI_MONOGRAPHS/MONO9.HTM).)

Cette monographie, rédigée par une équipe de spécialistes en contrôle du tabac, souligne l'importance d'aller au-delà des apparences dans l'analyse du phénomène des cigares. Ainsi, la publicité fortement axée sur les produits de luxe peut donner l'impression que le cigare est surtout un plaisir cher et occasionnel auquel s'adonnent les riches messieurs d'âge mûr, comparable au whisky écossais le plus raffiné.

Il n'en est rien : les cigares haut de gamme ne représentaient en fait que 9 % du marché américain en 1996, bien qu'ils soient au centre de la stratégie de marketing mise en œuvre par l'industrie. Le marché est dominé par les cigares manufacturés, plutôt bon marché.

De plus, l'usage du cigare se répand de plus en plus chez les adolescents, pour qui il représente sans doute un moyen peu coûteux d'accéder, pendant quelques minutes, au rêve du *glamour* hollywoodien. Selon un sondage réalisé en 1996, 27 % des 14 à 19 ans avaient déjà fumé un cigare ; 3 % de ses adolescents avaient fumé au moins 50 cigares au cours des 12 mois précédant l'enquête.

**Effets sur la santé**

Une autre réussite de la revue *Cigar Aficionado* a été de rassurer ses lecteurs au sujet de l'impact de l'usage du cigare sur leur santé — entre autres à l'aide d'attestations de médecins amateurs de cigares, stratagème que les fabricants de cigarettes n'osent plus utiliser depuis plusieurs décennies.

La fumée de cigare est loin d'être inoffensive, constatent les auteurs de la monographie. Le fait de fumer régulièrement le cigare « cause le cancer du poumon, de la cavité buccale, du larynx, de l'œsophage, et probablement le cancer du pancréas ». Le risque de cancer buccal est aussi élevé chez les fumeurs de cigares que chez les fumeurs de cigarettes.

Il existe deux différences majeures entre les cigares et les cigarettes. La première est quantitative : un cigare peut contenir jusqu'à 17 fois la quantité de tabac qu'on retrouve dans une cigarette, ce qui veut dire aussi beaucoup plus de nicotine et de produits cancérigènes.

Par ailleurs, la fumée de cigare est sensiblement plus alcaline que la fumée de cigarettes, ce qui facilite grandement l'absorption de la nicotine qu'elle contient. Dans le cas du cigare, il devient possible d'en retirer une bonne dose de nicotine à travers les muqueuses buccales, et donc de respecter la tristement célèbre mise en garde qui ornait autrefois nos paquets de cigarettes : « Éviter d'inhaler. »

Plus de trois quarts des fumeurs de cigares qui n'ont jamais été fumeurs de cigarettes rapportent ne pas inhaler la fumée. (Ce pourcentage tombe à 58 % chez les ex-fumeurs de cigarettes.)

L'absorption buccale étant sensiblement plus lente que par voie pulmonaire, le fumeur de cigares qui s'abstient réellement d'inhaler n'est pas exposé aux mêmes pics dans son niveau de nicotine sanguine que le fumeur qui inhale. Ces pics semblent jouer un rôle important dans le développement de la dépendance chez les fumeurs de cigarettes.

Ceci pourrait expliquer en partie pourquoi les fumeurs de cigares paraissent moins portés à développer une accoutumance à la nicotine. Mais un autre facteur vient compliquer la situation : avant le début de la nouvelle mode du cigare, l'initiation à cette forme de tabac avait généralement lieu à l'âge adulte. Les spécialistes ont constaté que le degré d'accoutumance à la nicotine dépend en grande mesure de l'âge auquel on a commencé à fumer.

Les spécialistes craignent donc que l'usage du cigare chez les adolescents, phénomène récent mais croissant aux États-Unis (et encore à peu près inconnu au Québec) ne crée une dépendance encore plus forte.

### Le facteur socioéconomique

De plus, la mode du cigare représente une victoire pour l'industrie du tabac américaine, dont le principal produit, la cigarette, est de plus en plus déclassée par son association grandissante avec les couches défavorisées et peu scolarisées de la population. Dans ce contexte, le cigare représente un véhicule privilégié pour revaloriser le tabac aux États-Unis.

Les statistiques californiennes sont révélatrices à cet égard. Chez les hommes gagnant plus de 75 000 \$ U.S. par année en 1996, le pourcentage de fumeurs de cigarettes était tombé à 15 %, alors qu'il atteignait 29 % chez les plus pauvres (revenu annuel de moins de 10 000 \$). L'analyse en termes d'années de scolarité donne des résultats comparables : ceux qui ont complété des études universitaires (16 ans ou plus de scolarité) sont environ deux fois moins nombreux à fumer la cigarette que ceux qui n'ont qu'un diplôme de secondaire.

Dans le cas du cigare, le profil est inversé : plus on est riche et scolarisé, plus on fume le cigare. Dans les couches les plus prospères, les fumeurs de cigares sont aussi nombreux que les fumeurs de cigarettes. Étant donné que la tendance générale est à la



La publicité des cigares haut de gamme contribue à relever l'image du tabac.

diffusion des modes du haut vers le bas de l'échelle sociale (et à l'exportation des modes californiennes au reste du monde !), il y a de quoi s'inquiéter.

Au Québec, il existe peu de statistiques concernant l'usage du cigare. Une récente enquête de la firme Sondagem, réalisée pour le compte de la Direction de la Santé publique de Montréal-Centre et du Comité provincial de santé publique sur le tabac, indique qu'environ 5 % des 15 ans et plus fument un cigare à l'occasion ; 0 % des répondants ont dit fumer le cigare tous les jours. L'échantillon n'est pas assez grand pour analyser avec précision l'usage du cigare chez les différentes couches de la population.

Par contre, la stratégie de marketing mise en œuvre au Québec ressemble à s'y méprendre à celle employée aux États-Unis. L'année pas-

sée, par exemple, la mode des soirées de dégustation de cigares a commencé à prendre de l'ampleur ; plusieurs étaient d'ailleurs commanditées par la SAQ. Ces soirées ne sont généralement pas directement rentables pour les organisateurs, mais servent à fidéliser une clientèle. On a aussi vu l'ouverture de magasins de cigares dans la métropole ; certains sont munis de fumoirs. Même les supermarchés se sont mis à vendre des cigares.

Pour les professionnels de la santé, il existe le risque de gaspiller des énergies et perdre sa crédibilité en réagissant à une mode, comme celle des cigares, qui sera peut-être de courte durée au Québec. Cependant, le risque d'attendre trop longtemps avant de réagir est aussi bien réel ; l'expérience américaine et les observations sur le terrain nous indiquent que le retour du cigare est loin d'être négligeable.



Ces charmantes hôtesse vous attendent au Gala du cigare, à Atlantic City le 28 novembre.

# La campagne de désinformation se poursuit au sujet du lien entre le cancer et la FTE

François Damphousse  
et Fernand Turcotte

*Le Dr Turcotte est professeur au département de médecine sociale et préventive de l'Université Laval ; François Damphousse est directeur québécois de l'Association pour les droits des non-fumeurs et membre du comité de rédaction d'Info-tabac.*

L'industrie du tabac a depuis longtemps compris la règle de base de la propagande : un mensonge simple, répété assez souvent avec suffisamment de conviction, l'emporte souvent sur une vérité compliquée.

On se souviendra sans doute de la campagne de désinformation entreprise au mois de mars dernier au sujet d'une importante étude réalisée sur la fumée de tabac dans l'environnement (FTE) par le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), organisme affilié à l'Organisation mondiale de la santé (voir « Fausse controverse autour d'une récente étude de l'OMS sur la fumée secondaire », dans *Info-tabac*, avril 1998).

Le journal londonien *Sunday Telegraph* criait alors au scandale : « La plus importante organisation de santé au monde a refusé de publier une étude qui montre que non seulement il ne semble pas avoir de lien entre le tabagisme passif et le cancer mais que celui-ci pourrait même avoir un effet protecteur. »

Or, loin d'être cachée au fond d'un tiroir, cette étude avait déjà été soumise au prestigieux *Journal of the National Cancer Institute*, où elle vient de paraître (volume 90, numéro 19, 7 octobre 1998), accompagnée d'un éditorial confirmant le consensus de la communauté scientifique : « Lorsqu'on évalue toutes les preuves, dont les importantes nouvelles données rapportées dans ce numéro du *Journal*, la conclusion scientifique inéluctable qui s'impose est que la FTE constitue un cancérigène de puissance modeste pour les poumons (low-level lung carcinogen). »

Le risque supplémentaire d'un cancer du poumon calculé par les chercheurs du CIRC est de l'ordre de 16 % (pour les non-fumeurs exposés à la fumée secondaire de leur conjoint) ou de 17 % (pour ceux exposés en milieu de travail), ce qui est très proche du consensus scientifique d'environ 20 %. (En chiffres moins abstraits, une centaine de non-fumeurs meurent chaque année au Québec de cancers du poumon provoqués par leur exposition à la FTE.)

Mais pourquoi s'embarrasser de détails scientifiques lorsqu'on peut répéter un mensonge simple ? Le jour même de la parution de l'article, le cigarettier américain Brown & Williamson, compagniscœur d'Imperial Tobacco, diffusait un communiqué de presse pour saluer les résultats de l'étude. Cette étude aurait permis de constater qu'il n'y a « aucune augmentation significative du risque de contracter un cancer du poumon chez les non-fumeurs exposés à la fumée de tabac ».



François Damphousse



Fernand Turcotte

Le *Sunday Telegraph* a fait écho à cette interprétation, en répétant ses accusations de mars dernier : « L'Organisation mondiale de la santé a finalement publié une étude qui démontre qu'il n'existe aucun lien statistiquement significatif entre le tabagisme passif et le cancer du poumon ». L'affirmation du *Telegraph* est erronée : en fait, l'étude du CIRC ne démontre rien du tout de manière définitive. La marge d'erreur était trop

grande pour trancher la question, mais les données relevées vont tout à fait dans le même sens que des dizaines d'autres études indiquant un lien entre la fumée secondaire et le cancer.

La *Gazette* de Montréal a enchaîné quelques jours plus tard en reprenant le 15 octobre dernier un article d'opinion du chroniqueur Lorne Gunter du *Edmonton Journal* (« Anti-smoking fanatics proved wrong », p. B3). Cet article nous donne une excellente occasion de revoir les absurdités avancées par nos opposants pour tenter de discréditer toute la recherche sur la FTE.

Tout d'abord, M. Gunter prétend que la plupart des études — des dizaines d'études effectuées au cours des 30 dernières années — démontrent peu ou pas de lien statistiquement significatif entre la FTE et le cancer du poumon. Une telle déclaration laisse évidemment croire que la FTE n'a aucun effet sur la santé.

Qu'est-ce que la communauté scientifique a réellement découvert à ce sujet ? Une récente revue de littérature publiée dans le *Journal of the American Medical Association* révèle que seulement 37 % (39/106) des études sur la FTE n'ont pas été concluantes — et que 74 % (29/39) de ces études non concluantes ont été effectuées par des chercheurs affiliés à l'industrie du tabac.

M. Gunter prétend également que la communauté de la santé, avant d'en connaître les résultats, envisageait de présenter cette étude comme la confirmation définitive du lien entre la FTE et la maladie.

De toute évidence, M. Gunter connaît très mal le processus de recherche. En effet, c'est un principe cardinal de la recherche de ne jamais tirer de conclusion à partir des résultats d'une seule étude. Il ne devient possible de se prononcer sur la cause d'un problème que lorsqu'un ensemble de preuves devient assez robuste pour que le risque soit minime de se tromper en tirant des conclusions au sujet du rôle d'une

exposition dans l'histoire naturelle d'une maladie. De plus, il n'est pas possible de conclure d'une manière définitive à la causalité à partir d'une étude cas-témoins comme l'est celle réalisée par le CIRC.

En ce qui concerne la FTE, l'ensemble des connaissances disponibles montrent bel et bien qu'il y a une association entre la FTE et plusieurs maladies, dont le cancer du poumon.

Le calcul du risque que constitue la FTE pour la santé représente également une cible de choix pour les attaques des militants pro-tabac. Ces derniers prétendent que le facteur de risque associé à l'exposition à la FTE n'est pas assez élevé pour justifier les politiques de contrôle du tabagisme dans les lieux publics et les lieux de travail. Comme le facteur de risque est un élément important du débat sur la FTE, voyons de quoi il s'agit au juste.

Le risque relatif est un indice utilisé en épidémiologie pour identifier et calculer la force de l'association entre des maladies et des causes possibles de maladie. Par exemple, quand on dit que, pour les non-fumeurs, le risque de cancer du poumon associé à la FTE est évalué à 1,17 pour les milieux de travail européens, ceci signifie que le risque de contracter le cancer du poumon est 17 % plus élevé chez les non-fumeurs ainsi exposés que chez les non-fumeurs qui ne sont pas exposés.

L'association entre l'exposition à la FTE et le risque de maladies cardiovas-



Pour les spécialistes non financés par l'industrie du tabac, il n'y a plus aucun doute.

culaires et de maladies respiratoires est encore plus forte. Il est vrai que cette augmentation du risque est modeste par comparaison aux risques engendrés par la consommation du tabac. Par contre, comme presque tous les fumeurs sont exposés à la FTE, cette petite augmentation du risque provoque des milliers de cas supplémentaires de maladies mortelles chaque année.

Quand elle ne vient pas à bout des preuves scientifiques, l'industrie du tabac et ses alliés s'emploient à tourner en dérision le risque associé à la FTE. C'est ainsi que dans le cadre d'une campagne de publicité

menée en Europe, l'industrie du tabac a cité hors contexte une étude pour faire croire que la consommation d'un verre de lait par jour augmente de 62 % le risque de cancer du poumon.

Comme plus de 8 cancers du poumon sur 10 sont provoqués par le tabagisme actif et qu'on a identifié un grand nombre d'agents cancérigènes dans la fumée de tabac, il devient ridicule d'évoquer le rôle qu'y tiendrait la consommation de lait. Les résultats de cette étude montrent tout simplement que, parmi les personnes souffrant d'un cancer du poumon provoqué par le tabac, certains boivent aussi du lait. La justice française a d'ailleurs jugé que cette campagne était mensongère et a condamné l'industrie du tabac à payer une amende substantielle.

En conclusion, qu'il s'agisse de nier l'effet dévastateur du tabagisme sur la santé humaine, la dépendance causée par la nicotine ou la publicité ciblant les jeunes, les militants pro-tabac n'ont jamais hésité depuis plus de 40 ans à recourir à la désinformation pour s'attaquer à toute mesure de contrôle du tabac. Pourquoi changeraient-ils de stratégie face à la question de la FTE ? Il ne faut plus prêter foi à leurs propos ; nous devons continuer à définir nos politiques de santé publique en fonction de conclusions fondées sur des résultats émanant de projets réalisés par des chercheurs indépendants.

## *L'industrie s'en prend aux avocats des plaignants*

### **Riposte des cigarettiers à la demande de recours collectif**

Les trois grandes compagnies de tabac tentent de contrer la menace de recours collectif qui pèse sur elles au Québec en accusant les avocats des requérants d'être en conflit d'intérêts.

Les cigarettiers ont déposé le 22 octobre une requête visant à faire déclarer les avocats du cabinet Pinsonnault Torralbo Hudon (PTH) inhabiles à représenter des fumeurs qui voudraient poursuivre l'industrie. Rappelons que trois fumeurs représentés par ce cabinet montréalais avaient intenté une poursuite au début du mois de septembre pour réclamer plus de 10 milliards \$ au nom de tous les Québécois rendus dépendants de la nicotine. (Voir « *Recours collectif axé sur la dépendance contre les cigarettiers canadiens* », dans notre dernier numéro.)

Il s'adonne que M<sup>e</sup> Michel Pinsonnault était associé de l'étude McMaster Meighen à l'époque où cette firme représentait RJR-Macdonald dans sa contestation de la loi fédérale de 1988 ; il a même mené le contre-interrogatoire de cinq témoins experts au cours du procès et a participé à des réunions à Washington et Cleveland avec des représentants de la compagnie-mère américaine de RJR-Macdonald. De plus, d'autres avocats maintenant associés à PTH travaillaient au secteur litige de McMaster Meighen à l'époque, prétendent les cigarettiers dans leur requête.

Étant donné l'accès privilégié que M<sup>e</sup> Pinsonnault a eu aux renseignements confidentiels des cigarettiers, lui et sa nouvelle firme ne devraient pas être associés au recours collectif, font-ils valoir.

Au moment d'aller sous presse, il n'y avait toujours aucune nouvelle officielle des autres demandes de recours collectif dont les médias ont fait mention au cours des dernières semaines.

F.T.

# Michel Descôteaux, témoin pour ou contre l'industrie du tabac ?

Commentaire  
Francis Thompson

Le directeur des affaires publiques d'Imperial Tobacco est-il devenu un agent secret des forces antitabac ? La dernière sortie journalistique de Michel Descôteaux — un article d'opinion publié dernièrement tant dans *La Presse* que *Le Devoir* — laisse songeur à cet égard.

Rappelons un peu le contexte : à la mi-avril, lors du lancement officiel de la campagne « Le tabac ou les jeunes », les grands organismes pan-canadiens ont formellement réclamé du gouvernement fédéral la mise sur pied d'une commission d'enquête sur les pratiques de l'industrie du tabac. On pourrait ainsi voir jusqu'à quel point les révélations américaines sur certaines pratiques scandaleuses de l'industrie du tabac ont aussi leur équivalent canadien.

Dans quelle mesure l'industrie canadienne a-t-elle sciemment induit la population en erreur quant à la nocivité du tabac et à l'accoutumance à la nicotine ? Y a-t-il eu des manipulations chimiques, génétiques ou autres pour garder les fumeurs accrochés lors du passage aux cigarettes dites « légères » ? A-t-on dissimulé des résultats de recherche qui pourraient être pertinents pour des poursuites civiles, voire pour des enquêtes criminelles ? A-t-on ciblé les adolescents dans la conception des stratégies de marketing ?

La plupart des indices dont disposent les organismes de santé canadiens proviennent de documents découverts lors de procédures américaines. Ainsi, on a pu mettre la main sur les procès-verbaux de réunions internationales du groupe BAT (British American Tobacco), auxquelles participaient des représentants d'Imperial Tobacco et d'Imasco, et où l'on discutait allègrement du développement et de l'utilisation de variétés de tabac à haute teneur en nicotine et de procédés chimiques pouvant augmenter la quantité de nicotine absorbable par le fumeur. (Voir notre numéro d'avril 1997.)

Plus récemment, des avocats travaillant pour l'État du Massachusetts ont découvert des lettres d'un des principaux avocats d'Imperial Tobacco, Simon Potter, où il est question de détruire des copies d'études scientifiques traitant de la nicotine et du caractère cancérigène de la fumée de tabac. (Voir « La "politique de rétentions de documents" d'Imperial Tobacco soulève bien des questions », dans notre dernier numéro.)

Rappelons aussi que les procédures qui ont mené à l'invalidation de la loi fédérale de 1988 (*Loi réglementant les produits de tabac*) ont permis de découvrir des études de marketing auprès d'adolescents ; et que le rôle des cigarettiers dans la promotion de la contrebande est loin d'être clair.

À la mi-octobre, Fernand Turcotte, professeur à l'Université Laval, et François Dampousse de l'Association pour les droits des non-fumeurs ont fait paraître un article pour réitérer l'importance de faire enquête sur l'industrie canadienne.

« Il importe que les Canadiens comprennent bien toute l'énormité des griefs reprochés aux cigarettiers américains parce qu'ils ont été bernés de la même manière, ont-ils écrit. Les gens d'ici comprendraient alors mieux pourquoi les compagnies de tabac canadiennes cherchent à se distancer le plus possible de leurs parents américains, tellement elles redoutent d'avoir à rendre compte ici des mêmes méfaits. » (Cette deuxième phrase a été coupée par *La Presse*.)

La réplique de M. Descôteaux confirme le diagnostic posé : « Ce n'est pas parce que votre voisin est l'objet d'une enquête criminelle qu'il faut nécessairement qu'on vous soupçonne de quelque chose. À moins, bien sûr, qu'on ne détienne au moins quelques indices sérieux que vous avez peut-être quelque chose à vous reprocher. »

Or, la société américaine Brown & Williamson ne peut honnêtement être qualifiée de simple « voisine » de la société canadienne Imperial Tobacco ; ce sont plutôt des sœurs jumelles au sein de la famille BAT. Les célèbres *Cigarettes Papers*, docu-

ments provenant sans exception des archives de Brown & Williamson, rendent compte d'au moins trois grandes conférences corporatives tenues au Québec et réunissant les chercheurs du groupe BAT. (À Montréal en 1967 et 1984, à Montebello en 1982.)

M. Descôteaux ne dément nullement la participation de son employeur à des réunions où l'on discutait de taux de nicotine, mais tente de banaliser ces rencontres. « Ni l'une ni l'autre de ces discussions n'était criminelle, condamnable ou même inappropriée, et ni l'utilisation de tabac Y-1 ni le recours au traitement à l'ammoniaque ne sont contraires à la loi, condamnables ou inappropriés. »

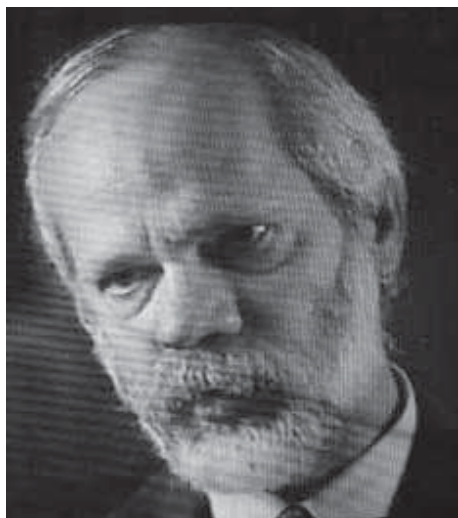
En effet, peu de consommateurs avertis s'étonneront de nos jours du fait que les compagnies de tabac s'intéressent vivement à la quantité de nicotine réellement administrée aux fumeurs et aux méthodes qu'on pourrait utiliser pour ajuster cette quantité. « Notre objectif d'affaires consiste donc à vendre de la nicotine, une drogue qui crée une accoutumance et qui s'avère efficace dans le soulagement de mécanismes de stress », écrivait déjà le principal avocat du cigarettier Brown & Williamson, Addison Yeaman, dans une célèbre note de service datée 1963.

Mais est-ce vraiment anodin d'ajuster les niveaux de nicotine absorbable en utilisant l'ammoniaque pour modifier le pH de la fumée de cigarettes ? Ce procédé déjoue les « machines à fumer » utilisées pour établir les taux de nicotine officiels qui sont signalés sur les paquets de cigarettes. À notre connaissance, il n'a jamais été signalé ni aux autorités gouvernementales ni à la population avant d'être découvert par les organismes de santé.

De plus, aussi ridicule que cela puisse paraître et malgré les récents aveux des cigarettiers américains, l'industrie canadienne continue de nier que la nicotine est l'agent pharmacologique dans le tabac qui crée la dépendance chez les fumeurs, ni même que la dépendance au tabac existe. Notre cigarettier national continue plutôt d'associer abusivement la nicotine à la « saveur » de la fumée de cigarettes.

À cet égard, le patinage artistique de M. Descôteaux laisse pantois : « Un mot sur le développement, au Canada, de nouvelles variétés de tabac. Il importe de signaler ici

que ce développement, à la fin des années 70, poursuivait plusieurs objectifs : améliorer le rendement des cultures, en accroître la résistance aux maladies, et augmenter la maturité du tabac cultivé au Canada afin de le rendre plus attrayant sur les marchés d'exportation et de mieux répondre aux attentes des consommateurs. Sur ce dernier point, si un tabac plus mûr (ce qui signifie qu'il aura, entre autres caractéristiques, une plus haute teneur en nicotine) constitue un atout dans la production de cigarettes (il a plus de saveur), cela ne signifie pas que la teneur en nicotine de la fumée de ces mêmes cigarettes en soit plus élevée. »



Michel Descôteaux

Sans le préciser clairement, M. Descôteaux laisse entendre que l'augmentation des taux de nicotine dans les feuilles de tabac était ou bien accidentelle, ou bien reliée à la saveur. Or, les nombreuses études BAT de l'époque montrent clairement qu'une des priorités de recherche pour le groupe était justement de maintenir des niveaux de nicotine suffisants pour « satisfaire » les consommateurs tout en diminuant les taux de goudron cancérigène enregistrés par les appareils officiels.

### Documents détruits ? Aucun problème !

Enfin, M. Descôteaux se moque du fait que « les activistes antitabac n'aiment pas la politique de gestion des dossiers d'Imperial Tobacco ».

Ce ne serait que du vent : « Je rappelle ici que ce ne sont pas des originaux d'études qui ont été détruits, mais simplement des co-

pies dont nous n'avions plus besoin, et seulement après nous être assurés que les originaux existaient toujours, et que notre entreprise pourrait y avoir de nouveau accès en cas de besoin. En conséquence, ces documents ne sont aujourd'hui ni plus ni moins accessibles que lorsque nous en avions des copies dans nos classeurs. »

M. Descôteaux escamote ici une nuance essentielle : les documents originaux, entreposés en Angleterre ou aux États-Unis, ont beau être accessibles à Simon Potter et à Imperial Tobacco, ils ne le sont pas aux autorités et aux plaignants canadiens lors de procédures judiciaires ou autres. D'ailleurs, s'il n'y avait pas eu des procès contre Brown & Williamson aux États-Unis, on n'aurait même pas appris l'existence des études en question.

C'est un principe fondamental de droit qu'une entité comme Imperial Tobacco, mêlée régulièrement à des procédures judiciaires, n'a pas le droit de détruire des documents qui constituent des éléments de preuve, ou qui pourraient le devenir par la suite.

De plus, la pertinence de tels documents ne se limite pas à leur contenu ; il est souvent bien plus important de pouvoir prouver, disons, qu'Imperial Tobacco était au courant de la nocivité de tel ou tel additif à une date donnée que d'avoir en main les résultats d'analyses toxicologiques dont on ignore la diffusion au sein du groupe BAT.

Bref, M. Descôteaux confirme à sa façon qu'il y a effectivement anguille sous roche, c'est-à-dire assez d'éléments pour justifier la tenue d'une enquête. Il confirme :

1. Que des représentants d'Imperial Tobacco ont participé à des discussions internationales sur le meilleur moyen d'augmenter la teneur en nicotine des feuilles de tabac et de modifier le pH de la fumée de cigarettes afin de faciliter l'absorption de nicotine ;

2. Que des recherches ont eu lieu au Canada pour développer des variétés de tabac à haute teneur en nicotine ;

3. Que des copies d'études ont été détruites en 1992 et que cette destruction était assez importante pour que l'avocat Simon Potter ait cru bon de la signaler à des correspondants aux États-Unis et en Angleterre.

### Nouvelles brèves

#### Semaine sans fumer : du 17 au 23 janvier

Le Conseil québécois sur le tabac et la santé vient de faire connaître le thème général de la prochaine Semaine québécoise sans fumer, soit la cessation tabagique. Les objectifs seront d'amener les fumeurs à reconsidérer leur habitude, d'accroître leurs connaissances sur les dangers du tabac, et de les informer sur les ressources pouvant les aider.

À la mi-novembre, le CQTS dévoilera le matériel graphique et éventuellement un nouveau nom pour la Semaine, qui aura lieu du 17 au 23 janvier 1999. Les dates retenues coïncident avec celles adoptées par l'Association pulmonaire, soit du dimanche au samedi.

Comme c'est le cas depuis que cette campagne est subventionnée par le ministère de la Santé du Québec (depuis 1995), des dizaines de milliers d'affiches seront distribuées gratuitement, en plus des dépliants. De plus, les journaux hebdomadaires seront invités à publier un dossier sur la cessation.

Le directeur général du CQTS, Mario Bujold, encourage les intervenants en tabagisme de tous les milieux à organiser des activités au cours de cette semaine de sensibilisation, si possible en harmonie avec le thème de la cessation. Pour plus de renseignements, on peut communiquer au (514) 948-5317.

#### Le Point final, prise deux

Deux ans après la parution du *Point final*, un répertoire des ressources pour cesser de fumer de la région montréalaise, la Direction de la santé publique de Montréal-Centre en publie une deuxième édition, entièrement mise à jour.

La nouvelle version vient d'être imprimée en français et en anglais ; elle est disponible dès aujourd'hui en format électronique sur le site Web d'Info-tabac, au [www.cam.org/~francis/info-tabac](http://www.cam.org/~francis/info-tabac).

Tout comme la première édition, la nouvelle version du *Point final* tient sur une seule feuille, recto verso. Elle est disponible en tablettes de 25 exemplaires en appelant au (514) 528-2400, poste 3449.

## Du tennis sans tabac

L'Association pulmonaire du Québec a trouvé un moyen original d'envoyer un message de désapprobation à Tennis Canada pour son association avec les cigarettes du Maurier. Le 15 octobre, l'APQ a lancé le *Tournoi de service le plus rapide*, avec pour slogan : « Pour une bouffée d'air frais ». Cette compétition amateur a lieu dans huit clubs intérieurs de quatre provinces depuis le 24 octobre, notamment au Club de l'Île-des-Sœurs, à Verdun, qui accueillera la finale le 29 novembre.

« *S'associer au monde du sport dans un environnement exempt de commandites de tabac est l'une des nombreuses avenues que l'Association est heureuse d'exploiter pour atteindre ses objectifs* », a déclaré le directeur général par intérim de l'APQ, Jocelyn Cormier.

Fabricant de l'aide antitabagique Zyban, Glaxo Wellcome est le principal commanditaire de ce tournoi conçu par Dominique Cobello, producteur d'une émission de tennis au réseau Global. Le lancement s'est tenu au Carrefour Multisports de Laval, devenu entièrement sans fumée le 1<sup>er</sup> septembre dernier, y compris dans le bar et la salle à manger.

## Santé Canada débloque 350 000 \$ pour le Centre national de documentation

Le Centre national de documentation sur le tabac et la santé (CNDTS) est finalement sain et sauf pour les trois prochaines années, a laissé savoir le ministre fédéral de la Santé, Allan Rock.

Le CNDTS, situé à Ottawa et sans doute le mieux connu des grands projets du Conseil canadien pour le contrôle du tabac, annonçait sa fermeture imminente au mois de mai, faute d'une entente financière avec Santé Canada. Après de longues négociations, le ministère fédéral a accepté le 30 septembre de verser 350 000 \$ par année au Centre, ce qui lui donne une stabilité financière peu habituelle pour une ONG. « *On invite les gens qui nous ont soutenus à écrire une lettre de remerciement* (à M. Rock) », a dit Maurice Gingues, directeur général du Conseil.

Le mandat du CNDTS, qui compte l'équivalent de sept postes à temps plein, sera légèrement modifié pour tenir compte des priorités fédérales. Spécialisé dans la recherche et la préparation de documentation pour les intervenants du réseau de la santé, le Centre développera dorénavant aussi des services grand public, dont la forme reste à préciser.

La décision fédérale permettra sans doute d'en arriver rapidement à des ententes avec les gouvernements provinciaux qui contribuent aussi au CNDTS. Plusieurs attendaient l'annonce de ce financement de base avant de se commettre.

Le Centre national de documentation existe depuis 10 ans et gère une collection imposante de 25 000 documents traitant du tabagisme ; il possède aussi un site Web très étoffé à l'adresse [www.cctc.ca/nctc](http://www.cctc.ca/nctc).



Le producteur **Dominique Cobello**, le tennisman **Marc Bibeau**, **Jocelyn Cormier**, de l'APQ, et **Eveline Canape**, de Carrefour Multisports, ont procédé au lancement du *Tournoi du service le plus rapide*.

## Version illustrée d'Info-tabac sur Internet

Depuis la mi-octobre, les internautes ont accès au bulletin *Info-tabac* en version PDF, qui reproduit presque exactement la version papier de notre publication.

D'ici quelques semaines, tous les anciens numéros seront disponibles dans ce nouveau format, grâce à la collaboration de la Bibliothèque nationale du Canada.

Le site d'Info-tabac connaît de plus en plus de succès : le nombre de lecteurs par jour a triplé depuis le mois de juillet, et la version PDF du bulletin dépasse déjà en popularité la version en textes seulement.

F.T. et D.C.

<b>Info-tabac</b> , bureau 205	
1988 est, rue Ste-Catherine	
Montréal QC H2K 2H7	
<b>PORT</b>	<b>DE RETOUR</b>
<b>GARANTI</b>	<b>GARANTI</b>
CANADA POST	CANADA POSTES
Postage paid	Port payé
Bulk	En nombre
02330679 - 99	H4T 1A0



## Info-tabac

Le mensuel **Info-tabac** est distribué gratuitement en 1700 exemplaires aux médias, parlementaires et organismes de santé québécois. Le texte intégral du bulletin est aussi disponible sur notre site Internet, au <http://www.cam.org/~francis/info-tabac>.

La reproduction partielle ou intégrale des textes du bulletin est autorisée avec mention de la source. Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec — Bibliothèque nationale du Canada, novembre 1996. ISSN 1480-1833.

Si vous avez des commentaires ou des suggestions pour notre prochain numéro, n'hésitez pas à contacter le rédacteur en chef, Francis Thompson, à Info-tabac, 1988 est, rue Ste-Catherine, bureau 205, Montréal, H2K 2H7.

Tél.: (514) 525-7025 — Télécopieur: (514) 525-6044

Courrier électronique: [infotab@cam.org](mailto:infotab@cam.org)