



## L'Amérique latine victime des pratiques prédatrices de l'industrie

JOSÉE HAMELIN

Lors de la dernière ronde de négociations de la Convention cadre mondiale pour la lutte antitabac, fin février à Genève, des organismes de santé ont rappelé les manœuvres de l'industrie visant à répandre le tabagisme dans les pays en développement. Bien que les exemples de publicité sans vergogne, d'alimentation de la contrebande et d'influence douteuse des pouvoirs publics proviennent souvent d'Afrique, d'Asie et d'Europe de l'Est, les multinationales du tabac ne chôment pas davantage en Amérique latine.

Selon *Profits over People*, un recueil d'une centaine de pages publié en novembre dernier par l'Organisation panaméricaine de la santé (OPS), les manufacturiers de cigarettes ont maintes fois tenté de se soustraire aux lois et règlements émergeant de pays d'Amérique du Sud, forcément au détriment de la santé et de la vie des populations.

### Stratégie d'opposition

Tout comme elle l'a fait dans les pays riches, l'industrie du tabac riposte aux premiers efforts de contrôle du tabac de l'Amérique latine, de diverses façons tristement éprouvées : en discréditant les études et les groupes qui s'opposent au

tabagisme, en subventionnant des programmes communautaires pour redorer son image, en alimentant la contrebande pour accroître son marché, et en intervenant avec énergie lors des processus législatifs. L'industrie profite au maximum du laxisme des lois nationales, si loi il y a, pour annoncer ses cigarettes de toutes les manières imaginables. Seul le Brésil limite sérieusement la publicité du tabac.

« La plupart des pays latino-américains étant très pauvres, il peut s'avérer difficile pour leurs gouvernements de résister à l'argent que l'industrie du tabac investit dans la supposée prévention du tabagisme juvénile et dans des programmes communautaires, précisait Stella Aguinaga Bialous, coauteure du document, à



Le commerce du tabac étant peu régi en Amérique latine, des enfants agissent parfois comme détaillants.



l'agence de presse *Reuter* lors de la parution de l'ouvrage. *Lorsque les compagnies de tabac subventionnent des programmes quelconques, il faut toujours voir ce geste avec scepticisme, car leurs bénéfices sont la seule chose qui compte réellement pour elles.* »

Pendant que British American Tobacco (BAT) et Philip Morris (PM) se font publiquement compétition afin d'obtenir une plus grande part du marché, ils unissent clandestinement leurs forces lorsque des intérêts communs sont menacés, relate *Profits over People*. Ainsi, en s'appuyant sur l'argument de la liberté d'expression, les grands fabricants s'opposent conjointement aux intentions visant à réduire leur publicité.

Par exemple en 1992, suite à des campagnes de lobby de l'industrie, le président argentin Carlos Menem avait utilisé son veto pour bloquer le projet de loi *Neri*. Cette loi antitabac globale devait interdire la promotion des produits du tabac, restreindre le droit de fumer dans les endroits fermés et obliger les compagnies de tabac à divulguer les ingrédients entrant dans la composition des cigarettes. Toujours en Argentine, BAT et PM ont fondé une association nationale de manufacturiers dans le but d'organiser, ensemble, des campagnes de lobby discréditant les groupes qui signalaient les risques reliés à l'usage du tabac et à la fumée secondaire.

### SOMMAIRE

Tabagisme féminin	4-5
Semaine québécoise sans tabac	5-7
Anne McLellan interpellée	8
893 000 \$ pour <i>De Facto</i>	9
123 Dunkin' Donuts sans fumée	10



➡ Pourtant chaque année, le tabagisme fauche près de 500 000 personnes en Amérique latine et dans les Caraïbes. Cela représente un dixième des 4,9 millions de décès annuels liés à l'usage du tabac sur Terre, selon la nouvelle estimation de l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

### Appui de la population

En 1993, un sondage réalisé en Argentine, au Brésil, au Mexique, à Porto Rico et au Venezuela révélait que 73 % de la population et 53 % des leaders politiques étaient favorables à l'amplification des législations contre la fumée secondaire par leur gouvernement. Devant cette volonté populaire et malgré elle, les compagnies de tabac ont continué de manoeuvrer afin de banaliser l'impact de la fumée secondaire et de maintenir le fait de fumer socialement acceptable.

« *La population des pays d'Amérique latine n'est pas bien informée au sujet des dossiers du tabac et il est évident que les manufacturiers tirent profit de cette carence*, déplorait Mme Bialous. *Par exemple, des représentants de compagnies de cigarettes affirment que l'augmentation des taxes sur le tabac et les interdictions de fumer dans les lieux publics ne sont pas des moyens efficaces pour réduire le tabagisme, ce qui est totalement faux.* »

L'étude de documents internes des cigarettiers a permis aux chercheurs de l'OPS de démontrer que l'industrie du tabac a mis en œuvre des campagnes visant à discréditer les scientifiques et les journalistes qui dénonçaient les effets néfastes de la fumée secondaire. Pire encore, certains dossiers révèlent que BAT et PM ont engagé des scientifiques, prétendument indépendants, afin de nier les liens unissant la fumée secondaire et certaines maladies graves.

### Prévention ou publicité dissimulée ?

D'après les auteurs de *Profits over people*, les campagnes de prévention du tabagisme subventionnées par l'industrie servent davantage à redorer son image par le biais de relations publiques plutôt qu'à détourner les enfants de la cigarette. « *Paraissant se soucier de la santé publique en implantant des mesures préventives, l'industrie dépeint d'elle-même l'image d'une en-*



Le 31 janvier, l'OPS s'est dotée d'une nouvelle directrice.

Le **Dr Mirta Roses Periago** succède à Georges Alleyne, devenant ainsi le premier citoyen argentin et la première femme à accéder à ce poste. Médecin et chirurgien, le Dr Periago est spécialisée dans l'épidémiologie des maladies infectieuses. Diplômée en maladies tropicales et en santé publique, elle est impliquée dans le mouvement depuis 1984 ; elle était directrice adjointe depuis 1995.

*treprise responsable capable de s'autoréguler* », écrivent-ils. Il ne faut toutefois pas se méprendre car en agissant de la sorte, l'industrie ne ferait que retarder des législations gouvernementales sévères.

Certaines campagnes s'adressent directement aux jeunes... le public qu'elle prétend protéger. Mais au lieu de faire valoir que la cigarette entraîne une dépendance et qu'elle peut causer des dommages irréversibles, autant chez l'adulte que chez l'enfant, ces programmes de prévention véhiculent le message que fumer est une activité pour adultes seulement. L'interdit étant intrigant autant qu'attirant, ces avis encourageraient les adolescents, désireux d'agir en adultes, à fumer, soutiennent les chercheurs de l'OPS.

### Implication dans la contrebande

Bien qu'efficaces pour réduire la consommation, les hausses de taxes sur les produits du tabac ont parfois pour conséquence d'augmenter la contrebande. *Profits over people* reproche aux compagnies de tabac non seulement d'être au courant des particularités des réseaux de contrebande, mais aussi d'y participer de façon active.

Les documents analysés dévoilent que le marché de la contrebande a déjà été au cœur des discussions d'affaires de BAT ; il figurait intégralement dans ses plans de distribution et de marketing. En agissant de la sorte, la multinationale s'est accaparée une part du marché laissée vacante par des compétiteurs plus scrupuleux, ce qui majorait son chiffre d'affaires. Pour implanter leurs marques et encourager le tabagisme, des fabricants développent en parallèle les marchés légaux et illicites. Des centres de distribution principalement destinés à la contrebande se trouvent en Argentine, au Brésil, en Colombie, au Paraguay et au Venezuela. Tout comme le Canada, les États-Unis et l'Union



L'Amérique latine semble prise au lasso par le **cow-boy de Marlboro**, comme le montre cette affiche péruvienne munie d'un minuscule avertissement sanitaire.

européenne, l'Équateur et la Colombie ont intenté des poursuites contre des fabricants pour participation à la contrebande du tabac.

### Des documents incriminants

*Profits over People* est signé par le journaliste montréalais Stan Shatenstein, spécialisé dans le contrôle du tabac, et la brésilienne Stella Aguinaga Bialous, conseillère de l'Organisation à Washington. Les auteurs et leur équipe ont scruté plus de 10 000 pages de mémos, sondages, rapports et analyses de l'industrie du tabac, datant de 1990 à 2001. Surtout accessibles *via* le Web, les textes étudiés proviennent principalement des sites de BAT et PM, les deux principales firmes se partageant les marchés latino-américain et antillais. Depuis 1998, suite à des procès tenus aux États-Unis, les fabricants de cigarettes doivent rendre publics leurs archives internes. Selon M. Shatenstein, la stratégie des fabricants était d'offrir, pêle-mêle, une immense quantité de documents, en supposant que personne n'aurait la patience d'y chercher des passages compromettants. Néanmoins, ils ont sous-estimé la ténacité des spécialistes antitabac ; à lui seul, l'ouvrage de l'OPS rapporte pas moins de 688 références.

### Ouvrage bien accueilli

M. Shatenstein est très satisfait de la façon dont son ouvrage a été reçu en Amérique latine. Édité en espagnol et en anglais, *Profits over People* fut largement médiatisé, rapporte-t-il. « *Même s'il est difficile d'en évaluer l'impact à long terme, les intervenants en santé publique des pays touchés se disent très satisfaits de cette parution. Il est probable que les populations auront un regard plus critique envers ce qui se passe chez eux* », expliquait-il à *Info-tabac*. Il espère que son travail aura aussi des répercussions positives au Canada, puisque des gens se rendront compte que les compagnies dénoncées sont également actives ici, en particulier BAT qui détient l'ensemble du géant canadien Imperial Tobacco.

En Amérique du Sud, les représentants des multinationales du tabac ont nié les accusations de pratiques déloyales dénoncées par *Profits over People*. « *Lorsque les dénonciations étaient accompagnées de preuves irréfutables, ils se contentaient de dire que ces mesures n'étaient plus en vigueur depuis longtemps dans leur entreprise* », soulignait M. Shatenstein sur un ton humoristique. Pourtant, les documents internes étudiés dataient au maximum de douze ans.

### Guide d'implantation

*Profits over people* est accessible sur le site de l'OPS, au [www.paho.org](http://www.paho.org), en versions anglaise et espagnole, les deux principales langues du continent. Il arrive parfois que l'Organisation traduise certains de ses documents en français pour le Canada, et en portugais pour le Brésil. Incidemment, grâce à une contribution de collègues africains, l'OPS vient de rendre disponible une version française de son guide d'implantation de loi antitabac, publié en mai 2002 sous le titre *Developing Legislation*

*for Tobacco Control*. Intitulée *Législation de lutte contre le tabac*, la version française peut être demandée à Heather Selin au bureau de l'OPS à Washington, à [selinha@paho.org](mailto:selinha@paho.org). Canadienne, Mme Selin est conseillère pour le contrôle du tabac.

Dans *Législation de lutte contre le tabac*, l'Organisation explique les procédures nécessaires pour mettre de l'avant des lois valables et applicables. L'OPS conseille d'interdire la publicité des produits du tabac et les commandites soutenues par les fabricants. Les augmentations de taxes sont bien sûr suggérées, de pair avec une stratégie pour freiner la contrebande. Est également bien expliquée l'importance d'adopter des lois réduisant la fumée de tabac dans l'environnement. Enfin, le document donne des conseils pour prévenir les éventuelles répliques de l'industrie.

Fondée il y a plus de cent ans, en 1902, l'Organisation panaméricaine de la santé a pour but d'améliorer la santé des peuples et les habitudes sanitaires dans les Amériques. Basée à Washington, cette division continentale de l'OMS compte 35 pays membres dont le Canada, qui est son deuxième bailleur de fonds avec une contribution de 10,2 millions de dollars US en 2001. L'OPS conseille les gouvernements en matière de santé et d'environnement.



Seul pays d'Amérique latine à réglementer sérieusement l'industrie du tabac, le Brésil impose ces mises en garde illustrées sur le verso des paquets, prenant exemple sur le Canada.



Plus de renseignements sur les sujets de ce numéro à : [www.info-tabac.ca/liens43.htm](http://www.info-tabac.ca/liens43.htm)

À l'occasion de la Journée internationale de la femme, le 8 mars, nous rapportons quelques faits troublants concernant le tabagisme féminin, tels que présentés à la 1<sup>ère</sup> Conférence internationale francophone sur le contrôle du tabac, à Montréal en septembre dernier. Mais consolons-nous, les femmes ne font pas que fumer ! Elles sont majoritaires lors des conférences antitabac ; elles dirigent les programmes gouvernementaux de lutte contre le tabagisme tant à Québec qu'à Ottawa. Près des trois quarts des Québécoises sont non-fumeuses.

## Les femmes touchées en plein cœur

EMMANUELLE TASSÉ

L'industrie cible les jeunes, les pays pauvres, mais aussi les femmes d'une manière très particulière. Et ce n'est pas d'aujourd'hui », dénonçait la Française Sylviane Ratte, chargée de mission pour la Ligue nationale contre le cancer. Son auditoire largement féminin assistait à un atelier de la Conférence internationale francophone. Dès les années 1920, les fabricants de tabac ont cherché à élargir leur cercle de consommateurs en se tournant vers les femmes, profitant alors de leur désir d'émancipation. « Ce sera comme



58 % des fumeuses canadiennes continuent à fumer en portant leur bébé.

ouvrir une nouvelle mine d'or dans notre propre jardin », aurait avoué à l'époque le patron de l'American Tobacco Company. L'entreprise avait d'ailleurs lancé une campagne de publicité où des actrices connues disaient « *Les Lucky Strike sont douces pour ma gorge* », et « *Je protège ma précieuse voix grâce aux Lucky Strike* ».

À partir de 1930, la même compagnie jouait déjà la carte de la minceur avec une affiche montrant la tête d'une jolie jeune femme dont l'ombre sur le mur était celle d'un visage au double menton, avec le slogan : « *Évitez cette ombre* ». L'industrie n'a jamais cessé depuis de « promettre » la minceur aux fumeuses avec des mannequins sveltes et des marques suggestives comme *Fine* ou *Virginia Slims*. Une étude récemment menée en milieu scolaire aux États-Unis montre que 40 % des filles, contre 12 % des garçons, fument pour contrôler leur poids.

Autre leurre auquel la gent féminine se montre très sensible : les cigarettes dites *légères* (en 1995, 48% des fumeuses de l'Union européenne, soit 20 millions de femmes, en achetaient). Philip Morris, dès 1985, explique sans difficulté son succès foudroyant : « *En raison de leur rôle de nourrices dans la société, les femmes sont naturellement portées vers des cigarettes à faible teneur en goudron. [...] tourmentées par la culpabilité et inquiètes pour leur famille [...] elles font un compromis.* » Or, on le sait, ces cigarettes ne sont pas moins nocives que les autres.

Sur les thèmes de la séduction et de l'autonomie, on vend les *Gauloises* comme un « Espace de liberté » ; les *Royale* grâce à une femme d'action en pleine santé à la barre d'un voilier, avec pour slogan « Re-



Cette annonce américaine de 1942 associe féminité et élégance aux cigarettes Chesterfield.

prenez le large » ; les *Royale* mentholées comme une « Fraîcheur intense », et les *Polo* grâce à une femme aux seins nus, jambes écartées, qui fait fumer un homme : « *Life can be so simple* ». Le prix goudron pourrait toutefois être décerné à la marque allemande *West* qui a présenté en 1997, en Lituanie, une mannequin avec un œil au beurre noir et une cigarette à la bouche avouant : « *Je préférerais être battue que de faire sans [mes West]* ».

### Opération réussie

Touchées en plein cœur, les femmes n'ont pas résisté à une telle offensive. Dans une majorité de pays européens, comme en Amérique du Nord, les adolescentes fument aujourd'hui plus que les garçons. Le cancer du poumon tue plus d'Américaines et de Canadiennes que le cancer du sein. Le nombre de décès attribués au tabagisme féminin dans l'Union européenne est passé de 10 000 en 1955, à 113 000 en 1995.

Au Canada, le tabac est devenu la première cause de mortalité des femmes. Les fumeuses sont en effet plus exposées au cancer du col de l'utérus et aux maladies coronariennes, notamment l'infarctus du myocarde. En France, plus de la moitié des adolescentes sous pilule contraceptive fu-



Par le biais de la mode, Imperial Tobacco annonce ses cigarettes **Matinée** auprès des Canadiennes. Cette image provient de la page d'avril du calendrier 2003 de la Fondation Mode Matinée.



ment, le plus souvent sans savoir que ce triste duo augmente considérablement les risques de maladies cardio-vasculaires. Plus de la moitié des fumeuses canadiennes (58 %) continuent à fumer en portant leur bébé. En France, 30 % de l'ensemble des femmes enceintes sont des fumeuses persistantes. « *Un nombre croissant de mères dépendantes demandent à être accompagnées en début de grossesse pour se défaire de l'emprise de la cigarette*, rapportait en conférence la sage-femme française Conchita Gomez. *Le manque de soutien se situe plutôt du côté des professionnels qui choisissent la facilité en conseillant aux mères de réduire leur consommation au lieu de les aider à arrêter pour de bon.* »

Le tabac diminue pourtant la fertilité de la mère, augmente le risque de fausses couches, de grossesses extra-utérines, d'avortements spontanés, de mort subite du nourrisson (le tabac est responsable de 30 % de ces décès). « *La santé appartient à l'enfant à naître*, clamait le docteur Michel Delcroix, professeur de gynécologie-obstétrique en France, au cours d'un atelier consacré à la question. *Elle lui est pourtant amputée avant même qu'il ne naisse ! Nous faisons face à une intoxication à grande échelle comme nous n'en avons jamais vue.* »

Alors, pourrons-nous seulement agir avant que le tabagisme féminin ne devienne l'une des catastrophes sanitaires du nouveau siècle ?

## Les 50 capsules télé de la Semaine sans tabac séduisent les Québécois

DENIS CÔTÉ

Avec une moyenne de quelque 26 heures par semaine assis devant leur téléviseur, les Québécois n'ont pas manqué de conseils pour arrêter de fumer lors de la **Semaine québécoise pour un avenir sans tabac**, du 19 au 25 janvier. L'élément fort de cette campagne, cette année, consistait en 50 témoignages télévisés sur la cessation, livrés bénévolement par autant de comédiens, animateurs et autres artisans de la télévision. Neuf chaînes de télé québécoises ont coopéré à ces capsules, en facilitant le recrutement des artistes et en offrant le temps d'antenne gracieusement ou à taux très réduits. Le tout fut orchestré en un temps record par la firme de marketing Pub Point Com et son président Alain Vinet, à la demande du Conseil québécois sur le tabac et la santé (CQTS), coordonnateur de la Semaine. Cette campagne étant terminée, les adeptes de la nicotine et du petit écran ne sont pas en reste, car ils s'abreuvent maintenant de fréquentes annonces de Nicoderm, de Nicorette, du *Défi « J'arrête, j'y gagne ! »* et de Martin, le fumeur de Santé Canada qui, au grand froid, décrit sa dépendance.

Les commentaires entendus sur la série de témoignages furent unanimes à louer l'intelligence, l'envergure et la pertinence de cette initiative qui démontre bien que le tabagisme n'est plus un sujet tabou. Chroniqueuse au *Journal de Montréal*, Marie Plourde a qualifié la cigarette de « *plus grande star de la télé et des journaux en ce moment* », tellement la campagne du CQTS en a mis plein la vue. « *Bravo aux concepteurs de la campagne J'arrête pour moi qui ont visé en plein dans le mille* », résume-t-elle en espérant que son propre amoureux réussira son



**Denis Drouin**, au centre, explique l'appui enthousiaste du Ministère à la Semaine sans tabac et au *Défi « J'arrête, j'y gagne ! »*. Il est entouré de la comédienne **Mireille Deyglun** et du D<sup>r</sup> **Gilles Pineau**, d'Acti-Menu.

sevrage. Pour sa part, le caricaturiste du *Soleil* de Québec, André-Philippe Côté, y est allé d'un croquis de première page illustrant l'intensité de la campagne : six fumeurs adultes se cachant dehors sous un perron pour griller leur cigarette, avec pour seule légende « *Semaine québécoise pour un avenir sans tabac...* ».

### Lancement avec le Défi

De concert avec le Défi « *J'arrête, j'y gagne !* » qui débutait son recrutement, la semaine sans tabac fut lancée le 16 janvier à l'hôtel Château Champlain de Montréal. Malgré la variété des allocutions et des annonces, les médias portèrent surtout leur attention sur la série de témoignages à laquelle ils ont eux-mêmes collaboré. Seuls *Info-tabac* et la *Presse Canadienne* sont restés jusqu'à la fin pour poser quelques questions aux conférenciers de la table d'honneur, soit Denis Drouin, cadre au ministère de la Santé du Québec, Gilles Pineau d'Acti-Menu, initiateur du Défi, Mario Bujold, directeur du CQTS, la comédienne Mireille Deyglun, porte-parole de la Semaine, et la députée libérale d'Ahuntsic, Eleni Bakopanos, représentant la ministre fédérale Anne McLellan.

Mario Bujold et Mireille Deyglun ont rappelé que la Semaine était le fruit de la collaboration d'une multitude d'organismes – dont les 18 directions régionales de santé publique –, lesquels présentèrent des activités de sensibilisation ou ont facilité la diffusion du matériel promotionnel. La plupart des chaînes de pharmacies ont également fait honneur à l'affiche officielle dans leurs succursales. Quant au site Web du Conseil, au [www.cqts.qc.ca](http://www.cqts.qc.ca), il fut l'hôte du calendrier des activités et du traditionnel concours de réflexion qui a reçu 1 200 participations, soit le triple de l'an dernier.



La publicité du Défi est abondante. On la remarque entre autres dans les autobus.

Grâce à la débrouillardise du CQTS et à l'appui financier du Ministère, la Semaine québécoise est devenue encore plus importante et attrayante que son vis-à-vis pancanadien, la Semaine nationale sans fumée. Selon un sondage de Léger Marketing, pas moins de 73 % des Québécois ont entendu parler de la semaine sans tabac, comparativement à 50 % l'an dernier. L'épineux problème du Conseil maintenant : comment faire aussi bien en 2004 !

### Objectif de 30 000 inscriptions

La Semaine québécoise leur servant de tremplin, les organisateurs du Défi « *J'arrête, j'y gagne !* » se sont donné pour objectif l'inscription de 30 000 fumeurs qui, à l'aide d'un parrain ou d'une marraine, tenteront de s'abstenir du tabac au moins durant les six semaines allant du 1<sup>er</sup> mars au 11 avril. « Victime » de son succès en 2002, avec un record de 38 200 inscriptions,

*En appui à la Semaine québécoise pour un avenir sans tabac, une cinquantaine d'intervenants du milieu télévisuel ont témoigné de leur dépendance au tabagisme, présente ou passée. Diffusées sur neuf chaînes de télé francophone, ces capsules d'intérêt public véhiculaient les avantages d'une vie sans fumée.*



Jouant dans les *Supers mamies* à la SRC, **Louise Dussault** confie avoir longtemps fumé de façon compulsive. Désirant avoir des enfants, elle est tombée enceinte peu après avoir écrasé. Ayant fait des rechutes imputables à des rôles de femmes fumeuses, elle a finalement banni le tabac de sa vie après avoir découvert un paquet de cigarettes dans le sac d'une de ses filles.



Incarnant Martin Goulet dans *Watawatow* à la SRC, **Étienne De Passillé** a récemment décidé de rompre avec le tabac, étant devenu papa. « *Ce n'est pas vrai que je vais mourir prématurément à cause d'une niaiserie comme la cigarette* », dit celui qui désire demeurer vivant et en santé pendant que sa fille grandira.



Co-animatrice de l'émission *Les copines d'abord* sur Canal Vie, **Isabelle Maréchal** s'entêtait à fumer même si elle souffrait de bronchites à répétition – dont certaines se sont aggravées en pneumonies. « *Un jour mon médecin m'a dit : si tu veux avoir assez de voix pour exercer ton métier encore longtemps, tu dois cesser de fumer* », relate-t-elle. Bien qu'elle ait abandonné le tabac, elle demeure asthmatique chronique et est ennuyée de la fumée des autres. Isabelle encourage les gens de son entourage à suivre son exemple.

Acti-Menu a préféré ne pas mettre la barre trop haute, ne sachant pas si se répétera l'heureux achalandage de l'an dernier, redevable principalement aux inscriptions prises par Internet, une nouveauté.

Comme lors des dernières éditions, la publicité du Défi est abondante, bénéficiant de placements gratuits ou de tarifs réduits. On voit un peu partout le visuel de 2003, un dard bleu atteignant une cigarette, notamment sur des affiches géantes, dans le transport en commun, dans les restaurants McDonald's et à la télévision. Plusieurs personnalités ont enregistré des messages radiophoniques généreusement diffusés à travers le Québec, dont les ex-fumeurs Caroline Néron, Pierre Légaré, Bernard Fortin et Michel Mpambara. Les pharmacies Jean Coutu offrent à nouveau une trousse d'accompagnement aux fumeurs, disponible dans toutes les succursales sur présentation d'une preuve de participation.

On connaîtra en avril les résultats du Défi 2003, de même que l'identité des gagnants des prix d'une valeur totalisant près de 50 000 \$. Ces derniers devront bien sûr avoir complété leur période d'abstinence. De nombreux autres grands gagnants seront ceux et celles qui seront « simplement » devenus non-fumeurs, et même ceux qui, bien qu'ayant échoué, se seront enrichis d'une expérience qui les aidera une prochaine fois. Le site du Défi, à [www.defitabac.qc.ca](http://www.defitabac.qc.ca), accueille présentement les intéressés par dizaines de milliers, entre autres au *Sevrage Show* où six internautes vivent publiquement leur épreuve.



Photo prise en avril 1998, alors qu'**Alain Poirier** animait une conférence de presse dénonçant la fumée de tabac dans les restaurants, présentée par la Direction de la santé publique de Montérégie.

Photo prise en avril 1998, alors qu'**Alain Poirier** animait une conférence de presse dénonçant la fumée de tabac dans les restaurants, présentée par la Direction de la santé publique de Montérégie.

## Alain Poirier, d'animateur à directeur national

Le lancement de la Semaine et du Défi était habilement animé par le Dr Alain Poirier, fidèle acteur et partisan de la lutte antitabac, lequel fut nommé la semaine suivante « Directeur national de santé publique » par le gouvernement du Québec. Il y a fort à parier que le Dr Poirier ne sera plus disponible pour animer les conférences de presse antitabac québécoises, puisqu'il y agira désormais comme premier dignitaire en l'absence du ministre. Dr Poirier succède ainsi au Dr Richard Massé, maintenant à la tête de l'Institut national de santé publique. Provenant lui-même de l'Institut, Alain Poirier devient le nouveau patron de Denis Drouin, directeur de la « promotion de la santé et du bien-être » au ministère, secteur qui inclut le Service de lutte contre le tabagisme.

Le Dr Alain Poirier a occupé diverses fonctions de coordination d'équipes professionnelles et de direction en santé publique tant à l'échelle régionale

que provinciale. Il a aussi collaboré à de nombreuses occasions avec les médias écrits et électroniques, notamment pour la rédaction et l'animation de chroniques et d'émissions sur la santé. Le Dr Poirier a reçu en 1998, de l'Association des médecins spécialistes en santé communautaire du Québec, le prix Jean Rochon décerné pour sa contribution remarquable à la santé communautaire.



Animateur à TVA, **Gaston L'Heureux** avait déjà réussi à s'abstenir de fumer pendant 17 ans. Il a par la suite renoué avec la cigarette. Un jour, ses enfants lui ont dit qu'il avait été un très bon père et qu'ils aimeraient que ses petits-enfants puissent avoir la chance de le connaître encore longtemps. Malgré la tentation, il espère que l'arrêt actuel sera le bon.



Animatrice de l'émission *Dans la Mire* sur TVA, **Jocelyne Cazin** raconte que, comme une alcoolique, elle a touché le fond avec la cigarette. Elle avoue s'être déjà cachée dans des toilettes et cages d'escaliers, tellement son besoin de fumer était urgent. Aujourd'hui, elle n'a plus à se lever pendant la nuit pour acheter ses clopes. Depuis qu'elle a cessé de fumer, elle est devenue une personne libre



« Je suis convaincu que c'est la cigarette qui m'a presque tué », soutient **Roger Joubert**, co-animateur de l'émission *Y'a plein de soleil* à TQS. Un jour où il éprouvait des difficultés à respirer, il a fracassé une fenêtre croyant qu'il n'y avait plus d'air dans la pièce. Il s'est par la suite effondré sur le sol pour se réveiller à l'hôpital, quelques jours plus tard. Devant cesser de fumer s'il ne voulait pas mourir, il a opté pour la vie. — J.H.

# La ministre McLellan interpellée par des groupes antitabac

Le 22 janvier, la ministre de la Santé du Canada, Anne McLellan, a bien tenté de démontrer son intérêt à réduire le tabagisme en annonçant quelques investissements dans ce secteur, lors de sa visite à un centre communautaire d'Ottawa offrant un service de cessation. La présence de la ministre constituait l'événement principal de la Semaine nationale sans fumée, le pendant canadien de la Semaine québécoise pour un avenir sans tabac. Cependant, la dizaine de journalistes sur place ont surtout prêté attention aux revendications de deux groupes antitabac très actifs sur la colline parlementaire, les Médecins pour un Canada sans fumée et l'Association pour les droits des non-fumeurs (ADNF), lesquels venaient tout juste d'émettre un communiqué doutant des capacités de Mme McLellan à promouvoir des mesures antitabac efficaces.

Les deux organismes ont dénoncé la lenteur du gouvernement à faire progresser l'interdiction des termes trompeurs des cigarettes, tels « douces » et « légères », ou encore le retrait des étalages de produits du tabac chez les marchands. Le directeur de l'ADNF, Garfield Mahood, salue les efforts gouvernementaux consacrés aux services d'arrêt tabagique, mais il considère que d'éventuels règlements complémentaires à la *Loi sur le tabac* auraient encore plus d'impact sur la consommation. « *Il est inadmissible que de telles mesures soient abandonnées en raison d'un rema-*



**Anne McLellan assure avoir à coeur la réduction du tabagisme canadien.**

*niement de cabinet* », dénonce-t-il, faisant allusion au fait que le vigoureux agenda antitabac d'Allan Rock n'ait pas trouvé preneur chez sa remplaçante. M. Rock s'était notamment distingué en imposant les mises en garde illustrées sur les paquets de cigarettes et en ayant annoncé l'intention du gouvernement de bannir les « légères ».

Le communiqué des deux groupes déplore aussi la récente et discrète coupe de 13 millions du budget fédéral antitabac de l'année en cours, qui serait passé de 71 à 58 millions. Le montant résiduel, de 58 millions, est bien inférieur à la moyenne annuelle attendue – 100 millions de dollars – de l'investissement de « plus de 500 millions sur cinq ans » annoncé en avril 2001 dans le sillage d'une hausse de taxes sur le tabac. Ce total quinquennal de 500 millions n'est toutefois pas abandonné, comme en fait foi le communiqué ministériel du 22 janvier.

Présente à la conférence de presse, la directrice de Médecins pour un Canada sans fumée, Cynthia Callard, a accordé plusieurs entrevues faisant quelque peu ombre à Mme McLellan. « *Un an après sa nomination, la ministre ne manifeste*

*toujours pas de leadership dans le dossier du tabac* », a-t-elle lancé. Citée par le *Ottawa Citizen*, Anne McLellan a expliqué que le dossier du tabac retenait réellement son attention, mais qu'elle ne pouvait imposer de nouvelles mesures de contrôle contre l'industrie avant de s'assurer que le gouvernement puisse les défendre éventuellement en Cour.

## Bob et Martin

La sortie antitabac de la ministre fut accompagnée de plusieurs dévoilements. En plus de nouvelles données sur la prévalence, Santé Canada a annoncé l'attribution de subventions totalisant cinq millions. Une grande partie de cette manne est destinée à accroître la protection des non-fumeurs dans les provinces anglophones, en particulier en Ontario. Environ 14 % des subventions vont malgré tout à des organismes québécois, soit à Acti-Menu pour le Défi « *J'arrête, j'y gagne !* » et au Sport Étudiant de Québec pour le programme *De Facto*.

Santé Canada a aussi lancé une série d'annonces télévisées montrant des fumeurs « moyens » qui songent à écraser, Bob en anglais et Martin en français – interprétés par des comédiens. « *Cette nouvelle campagne unique s'adresse aux fumeurs qui connaissent déjà les dangers de la cigarette et qui voudraient cesser de fumer*, a précisé la ministre McLellan. *Nous leur disons qu'il est peut-être difficile de cesser de fumer, mais qu'il est possible de le faire avec de l'aide disponible.* » Il est prévu que ces messages télévisés évoluent en fonction des progrès de Bob et Martin vers l'interruption de leur néfaste habitude.

Mme McLellan espère que la population voudra appuyer ses efforts pour réduire le tabagisme. « *J'encourage tous les Canadiens à célébrer la Semaine nationale sans fumée en prenant des mesures pour que le Canada devienne une société entièrement sans fumée* », a-t-elle déclaré. – D.C.



**Martin** songe à cesser de fumer, dans une annonce télé de Santé Canada

**PLUS DE RENSEIGNEMENTS  
SUR LES SUJETS  
DE CE NUMÉRO À :**

[www.info-tabac.ca/liens43.htm](http://www.info-tabac.ca/liens43.htm)

# Santé Canada verse 893 000 \$ au projet *De Facto* du Sport Étudiant de Québec

L'Association régionale du sport étudiant de Québec et de Chaudières-Appalaches (ARSEQCA) vient de décrocher un octroi de 893 000 \$ de Santé Canada afin de donner du muscle à son projet *De Facto*, *La vérité sans filtre*, qui veut prévenir le tabagisme chez les jeunes de ces deux régions. Devant être investie aux deux tiers en placements médiatiques, d'ici mars 2004, cette subvention représente, et de loin, le plus gros budget jamais consacré à un projet antitabac régional d'un organisme non gouvernemental. Très rares même sont les activités provinciales à bénéficier d'un tel support.

Impliquée depuis 7 ans dans la lutte contre le tabagisme et depuis 3 ans dans l'élaboration du projet *De Facto*, l'Association ne manque pas d'idées d'annonces antitabac. De concert avec l'agence de marketing Lacroix-Bleau, elle envisage de recourir entre autres à des placements au cinéma et à la télévision, de même qu'à de l'affichage, rejoignant ainsi jeunes et adultes. Les messages livreront un discours « adulte », ce qui aurait un meilleur impact parmi les adolescents.

Le Sport Étudiant projette une campagne révélant aux jeunes « la vérité » entourant l'industrie du tabac et ses produits. *De Facto* répandra, entre autres, des extraits de documents internes de fabricants de cigarettes prouvant que ces derniers ont manipulé chimiquement et génétiquement le tabac pour accroître la dépendance, qu'ils ont ciblé les enfants, les adolescents et les jeunes femmes (en présentant la cigarette comme moyen d'acquérir l'apparence rêvée), tout cela conscients de vendre des produits mortels. Le projet s'inspire de deux expériences semblables : le programme australien *Quit*, qui utilise la commandite-santé de pair avec l'incitation à l'arrêt tabagique, et le programme américain *Truth*, axé sur la dénormalisation de l'industrie du tabac.

*De Facto* innove déjà en employant un moyen non traditionnel pour atteindre les jeunes, la commandite sportive. « Notre projet-pilote régional est novateur et unique au Canada. Il amène un complément important aux actions déjà existantes de lutte contre le tabagisme en utilisant le sport comme moyen privilégié pour diffuser nos messages », explique Gilles Lépine, directeur général de l'ARSEQCA. Ce promoteur souhaite le port du logo *De Facto* sur l'ensemble des uniformes des équipes sportives interscolaires, dont celles représentant l'Université Laval, con-



Les efforts de Gilles Lépine et de Daniel Veilleux seront bien appuyés par Santé Canada.

nues sous l'appellation *Rouge et Or*. Dans ses rêves, M. Lépine voit même le logo sur les costumes de la délégation canadienne lors des Jeux olympiques d'Athènes en 2004 !

Les associations entre sport et messages antitabac n'ont pourtant pas toujours eu des résultats probants. À l'occasion des Jeux olympiques d'hiver de 2002 à Salt Lake City, les annonces télévisées de Santé Canada, mettant en vedette les patineurs Elvis Stojko et Josée Chouinard, s'étaient attirées les moqueries de spécialistes du contrôle du tabac. On reprochait à cette campagne d'avoir recours à des personnalités trop parfaites, loin des besoins d'émancipation ou de rébellion des adolescents. Le groupe de Québec tentera plutôt de diriger l'esprit critique des jeunes contre l'industrie du tabac et ses produits.

## Appel à l'intelligence

Responsable des communications et de la prévention du tabagisme de l'ARSEQCA, Daniel Veilleux semble confiant en la stratégie utilisée : « *On ne dit pas aux jeunes quoi faire. On fait appel à leur intelligence en dénonçant l'industrie.* » Même opinion de la part de Gerry Fasset, président du conseil d'administration de l'Association : « *Il faut leur dire la vérité et leur expliquer qu'il s'agit de manipulation pure et simple de la part de l'industrie du tabac.* » Janie Blouin-Grondin, 15 ans, représentante du Québec au Comité action jeunesse sur le tabac de Santé Canada, a participé activement au projet-pilote. Elle croit que les publicités choc de *De Facto* toucheront ses pairs.

La subvention a été annoncée en conférence de presse le 23 janvier à l'Université Laval, ce qui lui a valu des reportages sur Radio-Canada, TVA et TQS, de même que dans les quotidiens *Le Soleil* et *Le Journal de Québec*.

- par Marie-Noëlle Trottier



Tirée de la pochette de presse, cette affiche révèle le genre de publicité que retiendra le Sport Étudiant de Québec.

# 123 Dunkin' Donuts québécois fraîchement sans fumée

Depuis janvier, la chaîne de restauration rapide Dunkin' Donuts offre à ses clients canadiens une qualité d'air améliorée, elle qui a « convaincu » ses franchisés de devenir sans fumée. Du moins en théorie. Ayant presque toutes ses succursales canadiennes au Québec, soit 123 sur 129, ce n'est pas sans difficultés que le géant du beigne tente de bannir la cigarette de ses établissements, de façon rapide et sans l'appui de campagne de sensibilisation gouvernementale importante.

En plus d'offrir une ambiance plus agréable à sa clientèle et un lieu de travail plus sain à ses employés, c'est aussi dans le but de se conformer à la loi québécoise sur le tabac que Dunkin' Donuts a décidé d'innover. « *Il aurait été plus facile d'implanter notre politique avec l'aide de l'État, dans le cadre d'une loi plus sévère. Mais d'un autre côté, nous ne voulions pas attendre d'être contraints d'agir par obligation, car nous souhaitons être avant-gardistes*, explique Roxanne Benfason, directrice du marketing pour l'Est du Canada chez Dunkin' Donuts. *De plus, nos produits étant exposés à l'air ambiant, il était préférable d'adopter des environnements sans fumée le plus rapidement possible, afin de garantir leur qualité.* »

Plutôt discrètes, les publicités annonçant ce changement se composaient de messages en petits caractères ajoutés aux publicités télévisuelles et écrites courantes. Les restaurateurs disposaient, quant à eux, d'une trousse préparatoire incluant



Le personnel a maintenant droit à un environnement sans fumée, rare privilège dans le secteur de la restauration au Québec.

un attirail d'affiches, de napperons, de mobiles et d'aimants visant à mettre leur clientèle au parfum.

Alors que certains franchisés ont été pris au dépourvu par la nouvelle règle, perdant une bonne partie de leur clientèle fumeuse, d'autres refusant de se conformer ont reçu des amendes de la part du franchiseur. « *Il n'y a eu que quelques cas problématiques. Les discordes sont survenues de restaurants où la proportion de fumeurs était très élevée* », assure Mme Benfason, en insistant sur le fait que la majorité des franchisés était favorables à l'idée de devenir sans fumée. Selon elle, les restaurants situés dans les grands centres auraient eu moins de difficultés à réussir leur transformation parce que les gens y sont plus conscientisés aux dangers du tabagisme. Elle fait valoir que le pourcentage de fumeurs est « *beaucoup plus élevé* » dans les régions éloignées et dans les quartiers défavorisés des grandes villes.

À ce propos, une franchisée de région, demandant à rester anonyme, confiait à Info-tabac qu'elle avait perdu « *plus de la moitié de sa clientèle* » lorsque son restaurant est devenu sans fumée en janvier. « *Malheureusement, je n'avais pas les moyens de financer la construction d'un salon de fumeurs qui m'aurait sans doute permis de garder ma clientèle. De plus, déplore-t-elle, mes clients fumeurs n'ont pas été remplacés par des consommateurs non-fumeurs, comme l'avait prédit la direction de la chaîne.* »

D'un tout autre avis, François Haché, propriétaire d'un Dunkin' Donuts de Trois-Rivières est très satisfait que son établissement soit devenu sans fumée. « *Je m'y étais préparé à l'avance. Nous avons posé plusieurs affiches afin d'avertir notre clientèle. Il faut dire que dans mon restaurant, la fumée de cigarette était problématique pour les non-fumeurs. Jusqu'à maintenant, nous n'avons eu que des bons commentaires. Nous n'avons pas perdu de ventes, si on compare le mois de janvier à celui de l'an dernier. Et mes employés peuvent maintenant bénéficier d'un meilleur environnement de travail.* »



La firme offre à ses franchisés un attirail d'éléments publicitaires favorisant leur transformation, dont cette affiche.

## Salons ventilés pour fumeurs

Si la plupart des Dunkin' Donuts québécois sont devenus totalement non-fumeurs, 26 franchisés ont préféré aménager une salle isolée et ventilée pour leurs fumeurs, un peu à la manière des fameux « aquariums » de leur concurrent Tim Hortons. « *Cependant, ajoute Mme Benfason, cela ne leur donnera peut-être qu'un sursis, puisqu'il est possible que le gouvernement interdise ces salles dans quelques années.* » Coûtant entre 8 000 et 12 000 \$, les salons de fumeurs peuvent être construits, aux frais du franchisé, dans les succursales disposant d'au moins 48 places. – J.H.



Propriétaire d'un Dunkin' Donuts de Laval, **Éric Lebel** est satisfait de ses lieux sans fumée. Il s'en félicite dans une capsule *Profil d'entreprise*, maintes fois diffusée sur le réseau de nouvelles LCN.



### ■ Site Web de la Coalition

Déjà présente sur le Web par l'entremise d'autres organismes, la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac a dorénavant son propre site, au [www.cqct.qc.ca](http://www.cqct.qc.ca). Le site contient bon nombre de documents d'actualité et de communiqués de presse sur des sujets aussi variés que la fumée secondaire, les taxes, la contrebande, l'industrie du tabac et la promotion des cigarettes. On trouve aussi plusieurs liens vers d'autres sites québécois, canadiens ou internationaux, la plupart étant consacrés au tabac. Notons également que la Coalition arbore un nouveau logo, soit une fleur de lys dans un ovale, longé de deux bordures, dans des teintes vertes qui symbolisent le respect de l'environnement (tout en évitant les couleurs des partis politiques). Représentant plus de 700 organismes solidaires à sa cause, le regroupement a pour but de sensibiliser les gouvernements à la nécessité d'adopter des mesures visant à réduire le tabagisme.

### ■ Pubs irlandais sans fumée

Suite à l'affermissement d'une législation gouvernementale, les pubs d'Irlande du Sud deviendront bientôt sans fumée. Loin de plaire aux tenanciers, ce renforcement s'appuie sur des études confirmant les liens de la fumée secondaire avec les cancers et les maladies cardiaques. Afin de préparer la population, la loi n'entrera en vigueur qu'au 1<sup>er</sup> janvier 2004. De son côté, l'Association des employés de pubs applaudit cette interdiction de fumer, rappelant qu'une recherche estime à plus de 150 le nombre des travailleurs de bars décédant prématurément, chaque année, en raison de la fumée de la clientèle. Réputés pour être de véritables fumeurs publics depuis l'introduction du tabac en Irlande au 16<sup>e</sup> siècle, les pubs devront maintenant évoluer. « *Les gens viennent dans les pubs pour se rencontrer et bavarder, ils n'ont pas besoin de cigarette pour faire cela* », remarquait un barman à l'agence *Associated Press*. De surcroît, le pays de 4 millions d'habitants vient de hausser l'âge minimal pour acheter des cigarettes de 16 à 18 ans, et d'interdire la commandites d'événements par l'industrie du tabac.

### ■ Maritimes : les taxes montent

Suite à une hausse de taxes survenue en décembre 2002, les fumeurs du Nouveau-Brunswick doivent déboursier 0,50 ¢ de plus le paquet de 25 cigarettes – ou 4 \$ la cartouche. Depuis janvier, leurs voisins de Nouvelle-Écosse écopent aussi, le prix de la cartouche ayant monté de 5 \$. À la fin de la présente année financière, ces augmentations de taxes devraient rapporter 10,2 millions de plus au gouvernement du Nouveau-Brunswick, et 20 millions à celui de la Nouvelle-Écosse. Par ces hausses, les autorités provinciales indiquent vouloir dissuader les gens de fumer afin d'améliorer la santé de leurs commettants. Il s'agit de la cinquième majoration en quatre ans en Nouvelle-Écosse ; cela fonctionne bien puisque que le taux d'adolescents fumeurs y est passé de 36 à 23 % depuis 1998. Tout comme les provinces de l'Ouest au début de 2002, ces deux petites provinces ont réussi à élever leur taxation sans éveiller le gouvernement fédéral, lequel ne les a pas imitées.

### ■ Les fabricants en appel

Le 10 janvier, les trois principaux fabricants de cigarettes au Canada, Imperial Tobacco, Rothmans, Benson & Hedges (RBH) et JTI-Macdonald, ont porté en appel le jugement de la Cour supérieure du Québec, rendu en décembre dernier, concernant la loi fédérale sur le tabac qui interdit les commandites, limite sérieusement la publicité et permet l'imposition de certains règlements. Le juge André Denis avait clairement rejeté l'ensemble des contestations de l'industrie du tabac. Selon leur communiqué conjoint, les fabricants soutiennent que le jugement n'a pas tenu compte de « *plusieurs points de droit qui jouent un rôle fondamental dans cette affaire* ». Ils auraient relevé des « *erreurs de faits, extrinsèques aux questions litigieuses, qui ont inutilement coloré le débat* ».

Le ministère fédéral de la santé n'a pas officiellement commenté ni le jugement de décembre, ni la demande d'appel. Selon François Damphousse de l'Association pour les droits des non-fumeurs, qui a suivi attentivement ce procès de première instance, Ot-

tawa devrait profiter du jugement Denis pour ajouter de nouveaux règlements à la loi, notamment en interdisant les cigarettes dites « légères ». En allant en appel, déplore-t-il, les fabricants maintiennent un certain suspense sur la validité de la loi, ce qui peut servir de prétexte à Santé Canada pour ne pas agir.

### ■ Pharmacia verse 100 000 \$

Pour une deuxième année consécutive, « Pharmacia Produits aux consommateurs » a remis 100 000 \$ au Conseil canadien pour le contrôle du tabac afin de supporter des projets de prévention du tabagisme chez les jeunes. Leader canadien des aides pharmaceutiques antitabac, cette division de Pharmacia se spécialise dans les produits vendus sans ordonnance. Provenant des profits des ventes de Nicorette et de Nicoderm, réalisés au cours de la Semaine nationale sans fumée, le don corporatif avait contribué l'an dernier, entre autres, à la *Gang allumée* du Conseil québécois sur le tabac et la santé. Les programmes épaulés en 2003 seront sélectionnés au cours des prochains mois.

Toutefois, les 55 employés travaillant pour Pharmacia à Montréal ont des inquiétudes dépassant largement l'attribution de ces subventions ; leur propre sort demeure incertain suite à l'achat récent de l'ensemble de leur firme, à l'échelle internationale, par le géant pharmaceutique Pfizer. On peut aussi se demander aussi si l'acquéreur partagera l'énergie et les moyens déployés par Pharmacia à la promotion de Nicorette et de Nicoderm.



Pfizer maintiendra-t-elle les sympathiques et nombreuses annonces télévisées faisant la promotion de l'arrêt tabagique ? Dans cette réclame, un fumeur se fait prescrire des Nicoderm.



### ■ *Défense de fumer aux jeunes*

À compter du 1<sup>er</sup> avril, et ce n'est pas un poisson d'avril, les mineurs d'Alberta n'auront plus le droit de fumer en public. Adoptée en janvier, une loi permettra aux policiers de saisir les cigarettes des jeunes et de leur imposer une contravention pouvant atteindre 100 \$, si ces derniers fument sur le trottoir ou dans un parc, par exemple. Proposée par un simple député puis défendue par le ministre de la santé, Gary Mar, la loi sera vraisemblablement

Fumant fièrement à l'entrée du Salon de la Jeunesse, ces adolescents sont ravis d'être photographiés par *Info-tabac*. En Alberta et en Nouvelle-Écosse, la police pourrait saisir leurs cigarettes.

blement peu appliquée par les services policiers, selon les entrevues parues dans les journaux. M. Mar indique que cette démarche est complémentaire à l'interdiction aux mineurs d'acheter des cigarettes, celle-là imposée par le gouvernement fédéral.

Bien qu'ils appuient l'interdiction de l'achat, des spécialistes de la lutte antitabac accueillent mal l'initiative albertaine. Selon Garfield Mahood, directeur de l'Association pour les droits des non-fumeurs, cela fera de la cigarette un objet encore plus désiré des adolescents, en l'associant à un privilège réservé aux adultes. La Nouvelle-Écosse fut la première province à intervenir ainsi contre le tabagisme juvénile ; depuis le 1<sup>er</sup> janvier, les policiers peuvent saisir les cigarettes des jeunes, sans toutefois leur imposer d'amendes.

### ■ *Du 3<sup>e</sup> au dernier rang ?*

Les responsables de la lutte antitabac québécoise ont reçu une douche froide, en janvier, lors du dévoilement des données de l'Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada (ESUTC), basées sur les entrevues de la première moitié de 2002. La proportion de fumeurs québécois serait passée de 24 % à 27 % en quelques mois, portant

cette province du 3<sup>e</sup> au dernier rang canadien en ce qui concerne la faible prévalence. Les résultats de l'ESUTC étant bien publicisés par Santé Canada, plusieurs médias ont rapporté le mauvais classement québécois.

Mario Bujold, du Conseil québécois sur le tabac et la santé, et François Damphousse, de l'Association pour les droits des non-fumeurs, ont soutenu aux journalistes qu'il n'y avait pas de hausse soudaine du tabagisme au Québec. La fluctuation de 24 à 27 % est probablement due à la marge d'erreur du sondage, lequel est basé, pour 2002, sur des entrevues de seulement 500 adultes et 500 jeunes de chaque province.

Épidémiologiste à la Direction de la santé publique de Montréal, Bernard Heneman s'est penché sur les étonnants nouveaux résultats de l'ESUTC. Dans un rapport truffé de tableaux, il conclut que la récente majoration n'est pas statistiquement significative. Se fiant sur onze sondages, M. Heneman retient que la prévalence a baissé d'environ 10 points de pourcentage depuis une quinzaine d'années, tant au Canada qu'au Québec, et que l'on peut déceler une réduction de l'écart entre le Québec et le reste du pays.

Selon un sondage Omnibus de Léger Marketing réalisé fin janvier 2003 et basé sur 1 009 répondants, il y aurait au Québec 25 % de fumeurs, 35 % d'ex-fumeurs et 40 % de non-fumeurs.

*Info-tabac* est publié avec l'appui de :

Santé  
et Services sociaux  
Québec

*Ce bulletin ne représente pas nécessairement les opinions ou les positions du Ministère.*

[www.info-tabac.ca](http://www.info-tabac.ca)

*Votre portail pour  
un Québec sans tabac*

**29 725 visiteurs du 1<sup>er</sup> janvier  
au 28 février 2003**

 **Info-tabac**

Le bulletin **Info-tabac** est distribué gratuitement en 2 200 exemplaires aux médias, parlementaires et organismes de santé québécois.

Il est aussi disponible sur [www.info-tabac.ca](http://www.info-tabac.ca) en formats HTML et PDF. Notre site web dispose d'un moteur de recherche couvrant tous les textes du bulletin depuis le premier numéro en 1996.

Révision : Isabelle Masingue.

Montage créé à l'aide du logiciel PageMaker 7.0 d'Adobe. Impression numérique par Urgence Copies.

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 coordonnateur, Denis Côté.

Tél. : (514) 525-7025 – Télécopieur : (514) 525-6044  
– Courrier électronique : [infotab@cam.org](mailto:infotab@cam.org)

**Si non distribuable :**  
retournez la fiche d'expédition (préadressée au verso) à *Info-tabac*, bureau 205, 1988, Sainte-Catherine Est, Montréal QC H2K 2H7