



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

## Comité permanent de la santé

---

HESA



NUMÉRO 003



1<sup>re</sup> SESSION



41<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le lundi 20 juin 2011**

**Présidente**

Mme Joy Smith



## Comité permanent de la santé

Le lundi 20 juin 2011

• (1530)

[Traduction]

**La présidente (Mme Joy Smith (Kildonan—St. Paul, PCC)):** Je déclare la séance ouverte.

Bon après-midi, mesdames et messieurs, et bienvenue à cette séance du Comité de la santé. Je me réjouis que nous puissions réexaminer et peser toute les données et les questions dont nous avons discuté au cours de la dernière session.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous procédons à l'étude sur l'examen du projet de règlement sur le tabac, auquel nous nous attaquerons dans quelques instants. Mais auparavant, nous devons accueillir des témoins et régler d'autres questions d'ordre budgétaire.

Comme j'aimerais que nous réglions la question relative au budget avant de commencer, je vais vous lire une motion:

Que dans le cadre de l'étude du projet de règlement sur le tabac, le budget proposé de 7 050,00 \$ soit adopté.

Quelqu'un pourrait-il proposer la motion?

**M. Colin Carrie (Oshawa, PCC):** Je la propose.

**La présidente:** D'accord, monsieur Carrie.

Est-ce quelqu'un l'appuie?

**M. Fin Donnelly (New Westminster—Coquitlam, NDP):** J'appuie la motion.

**La présidente:** Merci, monsieur Donnelly.

(La motion est adoptée.)

**La présidente:** Si seulement nous pouvions toujours adopter les budgets aussi rapidement. C'est excellent.

Maintenant que cette question est réglée, je veux souhaiter la bienvenue à Rob Cunningham, analyste principal de la politique, Société canadienne du cancer. Bienvenue, monsieur Cunningham. Nous sommes heureux de vous revoir.

Nous accueillons également John Clayton, vice-président, Affaires corporatives, et Caroline Ferland, directrice des services juridiques, Imperial Tobacco Canada. Bienvenue. Nous sommes ravis de vous compter parmi nous.

Il y a également David Haslam, premier vice-président régional, Manufacture, Southern Graphic Systems Canada.

Nous entendrons vos témoignages jusqu'à environ 16 h 45, heure à laquelle nous accueillerons notre deuxième groupe de témoins. Je vous accorde à chacun 10 minutes.

Commençons par le témoignage d'Imperial Tobacco Canada.

**M. John Clayton (vice-président, Affaires corporatives, Imperial Tobacco Canada limitée):** Bon après-midi à tous. Je m'appelle John Clayton et suis vice-président, Affaires corporatives et réglementaires, Imperial Tobacco Canada. Je vous remercie de me

donner l'occasion de comparaître aujourd'hui afin de vous faire part de notre opinion sur le règlement que l'on propose d'adopter concernant l'étiquetage des cigarettes et des petits cigares.

Je suis accompagné de ma collègue Caroline Ferland, directrice des services juridiques, Imperial Tobacco Canada.

J'aimerais dire d'entrée de jeu que nous admettons que le tabagisme présente des risques pour la santé. Nous appuyons l'affichage de mises en garde en matière de santé sur les paquets de cigarettes et ne nous opposons pas à leur mise à jour occasionnelle. Nous n'en considérons pas moins que le fait d'accroître la taille de ces avis de 50 à 75 p. 100 constitue une violation injustifiée du droit des fabricants de communiquer avec leurs clients et de la liberté qu'ont ces derniers de recevoir de l'information sur les produits qu'ils achètent.

Cela dit, nous voudrions vous faire part de trois grands points qui nous préoccupent quant à la teneur du règlement que vous examinez aujourd'hui.

Tout d'abord, nous considérons que le délai de mise en oeuvre de six mois proposé est trop court. En nous fondant sur les renseignements de Southern Graphics Systems, fournisseur de cylindres de rotogravure de l'industrie qui témoignera dans quelques instants, nous croyons qu'il faut prévoir une période de transition de 12 mois pour nous permettre d'adapter complètement tous nos emballages, dont le nombre s'élève à plus de 600. Précisons qu'aux États-Unis, un règlement similaire exigeant la publication de mises en garde sur les paquets de cigarettes accorde aux fabricants une période de 15 mois pour se conformer.

En ce qui concerne l'importante question de la date de mise en oeuvre que vous examinez, nous jugeons en outre que la seule approche neutre sur le plan de la concurrence consiste à imposer une seule date d'application à l'ensemble des fabricants, que ce soit dans six, douze ou neuf mois. N'oubliez pas que la directive du cabinet du gouvernement du Canada sur la simplification de la réglementation repose sur le principe crucial selon lequel les règlements doivent être élaborés de manière à en réduire les effets négatifs sur la compétitivité. Ce n'est qu'en appliquant une seule date de conformité à tous les fabricants que le règlement aura un effet uniforme sur ces derniers.

Nous nous préoccupons également d'une modification apportée entre la version de février et celle dont vous êtes saisis aujourd'hui. Il s'agit de l'ajout de la mention « au moins » à l'article 13 du règlement, qui indique maintenant que « La partie de la zone d'application dans laquelle la mise en garde doit figurer doit représenter au moins 75 p. 100 de chaque zone d'application. »

L'ajout de ces deux mots jette l'incertitude quant aux exigences actuelles et futures relatives à la taille des mises en garde. Se peut-il que cette modification aie été apportée pour donner à Santé Canada le pouvoir d'accroître unilatéralement la taille des mises à garde à plus de 75 p. 100 dans l'avenir, sans avoir à soumettre la question à l'examen du Parlement? Si c'est le cas, le comité devrait rejeter la modification.

Comme vous le savez, l'article 42.1 de la Loi sur le tabac a été prévu expressément pour que les modifications que l'on envisage d'apporter au règlement soient soumises à l'examen du Comité de la santé et avalisées par le Parlement. Cette disposition législative très particulière est en place pour vous donner, à vous, les élus, le pouvoir direct d'approuver, de modifier et de rejeter les modifications que l'on propose d'apporter au règlement. Le fait d'autoriser Santé Canada à modifier les documents de base pour accroître la taille des mises en garde à plus de 75 p. 100 sans consulter votre comité contreviendra aux visées de la loi et permettra à ce ministère d'apporter des changements à l'insu des députés.

Nous nous inquiétons enfin des dispositions relatives à la conformité des grossistes prévues à l'article 32 du règlement sous sa forme proposée. Cet article, qui concerne la période de transition, accorde 180 jours aux fabricants et 270 jours aux détaillants pour se conformer. Mais en raison de ce qui semble être une simple omission de la part des rédacteurs, l'article 32 n'indique pas quelle est la période de transition qui s'applique aux grossistes.

• (1535)

Les membres du comité sont déjà au courant du problème. Je vous réfère simplement à la lettre envoyée la semaine dernière à Santé Canada pour inviter le ministère à apporter un léger changement à l'article 32 afin d'éclaircir ce point.

Je n'en dirai pas davantage à ce sujet, mais je répondrai avec plaisir aux questions que vous pourriez avoir.

Il existe une solution facile permettant de régler deux des questions que nous avons soulevées aujourd'hui, soit celles de la date de mise en oeuvre et du rôle des grossistes. Il s'agirait d'appliquer une seule date de conformité à tous les intéressés. Cette solution n'aurait aucune incidence sur les consommateurs et accorderait aux fabricants la marge de manoeuvre nécessaire pour faire face aux particularités propres à leur chaîne d'approvisionnement.

Avant de conclure, nous ne pouvons comparaître devant le comité sans lui rappeler que le gouvernement fédéral fait encore bien peu pour résoudre la crise du tabac de contrebande au Canada. Selon la GRC, il existe jusqu'à 50 fabriques de cigarettes illégales sur les terres des Premières nations et plus de 300 comptoirs à tabac qui échappent aux cadres juridiques ou réglementaires. Les sacs de plastique transparent contenant 200 cigarettes se vendent pour aussi peu que cinq dollars, ne portent aucune mise en garde en matière de santé et ne se conforment à aucun règlement sur le tabac. Ainsi, depuis 2006, les cigarettes de contrebande constituent jusqu'à 33 p. 100 du marché annuel du tabac au Canada. Nous vous demandons donc instamment de tenir des audiences dès que possible sur cette question.

En terminant, je demanderais respectueusement aux membres du comité de modifier le règlement et/ou de demander des éclaircisse-

ments à Santé Canada au sujet des trois points que nous avons mis en lumière aujourd'hui.

Je vous remercie de nous avoir écoutés. Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions.

**La présidente:** Merci.

Nous entendrons maintenant le témoignage de M. Haslam, de Southern Graphic Systems Canada.

**M. David Haslam (premier vice-président régional, Manufacture, Southern Graphic Systems-Canada, Manufacturing):** Bon après-midi à tous. Je m'appelle David Haslam, premier vice-président, Manufacture, Southern Graphic Systems Canada.

Je vous expliquerai brièvement la nature de notre entreprise, ses activités et son rôle dans l'industrie.

SGS compte 375 employés au Canada et oeuvre dans le domaine de l'emballage de l'industrie graphique. Nos services ne se limitent pas aux compagnies de tabac, qui représentent environ 25 p. 100 de notre clientèle. SGS dessert également des imprimeurs et les industries de produits de consommation, fournissant des plaques d'impression et de l'outillage, ainsi que des services de la traitement de fichiers, de photographie et de conception d'image de marque. Voilà en quoi consistent nos activités.

Les ventes annuelles de SGS totalisent 70 millions de dollars au Canada et 350 millions de dollars à l'échelle mondiale. En 2010, SGS Canada a engravé 10 000 cylindres, qui ont principalement servi à la rotogravure pour l'impression d'emballages, surtout des emballages de produits du tabac. L'entreprise, chef de file reconnu de l'industrie de la gravure, a engravé 75 000 cylindres en Amérique du Nord l'an dernier, soit probablement les trois quarts du total produit sur ce marché.

Le processus de rotogravure est celui qui est le plus utilisé dans l'industrie mondiale de l'emballage des produits du tabac en raison de sa haute qualité, de la difficulté qu'il y a à reproduire ou à copier les images et du fait que l'on peut l'associer à des processus en ligne, comme l'embossage et le recours à des encres spécialisées et des dispositifs de sécurité qui peuvent être intégrés au processus d'impression pour assurer l'intégrité de l'emballage.

Nous offrons la gamme de couleurs la plus vaste de tous les procédés d'impression, lequel est, comme je l'ai souligné précédemment, le plus difficile à contrefaire et à copier.

Il s'agit d'un procédé de fabrication à haut coefficient de capitaux, qui permet une impression à grande vitesse et la production d'un volume considérable. Nous avons besoin de ces volumes pour rester en affaires. La capacité de découpe et d'embossage en ligne et l'amélioration de l'emballage rendent ce dernier difficile à reproduire.

Pour ce qui est d'imprimer les mises en garde proposées en matière de santé, on estime qu'il faudrait engraver entre 4 800 à 6 000 cylindres pour procéder à l'impression d'ici la fin de l'année. Or, je vous ai dit à l'instant que nous en produisons 10 000 par an.

Habituellement, nous produisons quelque 2 500 cylindres par année pour l'industrie du tabac. Quand nous recevons les fichiers des nouvelles mises en garde — nous ne les avons pas encore —, nous devons monter les fichiers, les séparer et concevoir les schémas. Nous devons réunir tous les éléments, établir les maquettes et tout préparer avant de pouvoir procéder à la gravure des cylindres, qui effectueront ensuite l'impression.

En outre, il faut créer de nouveaux schémas d'impression, de nouvelles couleurs et de nouveaux modèles d'embossage. Selon nos estimations, il faudra acheter approximativement 2 000 nouveaux cylindres. La plupart peuvent être réutilisés en y engravant de nouveaux motifs, mais entretemps, les fabricants auront besoin de 2 000 autres cylindres pour imprimer, ce qui occasionnera de nouveaux délais.

Tous les outils d'embossage devront être modifiés pour intégrer les mises en garde et des autres éléments. Or, vous nous accordez un délai de six mois pour tous changer.

Pour respecter le délai de 180 jours prévu dans le règlement, nous devons recevoir les mises en garde en matière de santé. Nous ne les avons pas. Nous avons les versions préliminaires, mais pas les fichiers définitifs. Nous ne pouvons même pas commencer à travailler. Nous devons concevoir les schémas maîtres, et nous ne pouvons le faire tant que n'avons pas les fichiers définitifs. Nous devons ensuite intégrer les messages de mise en garde dans tous les schémas d'impression existants.

J'ai indiqué que nous devons commander de l'acier et parlé du délai que cela occasionnera. Nous aurons besoin de nouveaux outils d'embossage. Nous devons ensuite engraver tous les cylindres. Nous en gravons environ 1 000 par mois. Si on établit une moyenne, nous devons en graver 5 500 en moins de cinq mois, ce qui nous obligerait à laisser en plan tous nos autres clients. C'est un suicide commercial.

Il faut ensuite imprimer, emballer et distribuer le produit. Donc, en fait, même si je sortais d'ici avec les fichiers définitifs en main, mon entreprise ne disposerait que de 120 jours pour accomplir une tâche qui prend 360 jours à faire. Le risque, c'est qu'elle soit incapable de produire un tel volume dans le délai qui lui est accordé.

Les activités migreront donc à l'étranger. L'industrie s'efforcera de se conformer, mais les tâches seront confiées à l'extérieur du Canada, habituellement pour de bon. On impartira peut-être le travail dans le cadre de processus concurrentiels, ce qui ouvrira la porte à la contrefaçon et à la reproduction. Si l'on opte pour l'impression numérique et offset, que l'on peut faire dans n'importe quel atelier, le risque de contrefaçon est encore plus grand. Voilà qui me semble contraire à l'effet recherché avec les mises en garde.

Cette approche nuit également à la durabilité future des imprimeurs canadiens oeuvrant dans ma sphère d'activité, car s'ils perdent 20 p. 100 de leur revenus — et personne n'affiche de marges supérieures à 20 p. 100 —, l'avenir d'au moins deux entreprises québécoises et de trois de mes clients ontariens sera mis en péril.

• (1540)

Cette approche aura également des effets sur les emplois canadiens, et pas seulement dans mon entreprise. Nous perdrons une part de marché et réduirons nos activités; il nous faudra donc moins d'employés pour poursuivre les activités qui nous restent. Mais les effets se feront également sentir sur les clients des imprimeurs.

J'aimerais, en terminant, vous poser la question suivante. Nous participons au présent processus depuis le début, et on nous a demandé de vous donner notre avis d'experts de l'industrie. Nous

vous avons donc donné notre opinion et proposé un échéancier, mais jusqu'à présent, vous avez fait la sourde oreille. Je viens donc vous implorer de nouveau et vous dire que nous avons besoin de cette période pour conserver nos activités et les emplois au Canada. Nous ne nous intéressons pas à l'efficacité des mises en garde ou à leur emplacement. Ce n'est pas vraiment de notre ressort. Ce que nous voulons, c'est nous assurer de garder le plus grand nombre d'employés et maintenir le volume de production au Canada.

Merci.

• (1545)

**La présidente:** Je vous remercie beaucoup, monsieur Haslam.

C'est maintenant au tour de la Société canadienne du cancer de témoigner. Allez-y, monsieur Cunningham.

**M. Rob Cunningham (analyste principal de la politique, Société canadienne du cancer):** Madame la présidente et membres du comité, je m'appelle Rob Cunningham, avocat et analyste principal de la politique à la Société canadienne du cancer.

[Français]

Je vous remercie de me donner l'occasion de témoigner aujourd'hui.

[Traduction]

Au sujet du projet de règlement examiné par le comité aujourd'hui, la Société canadienne du cancer et beaucoup d'autres organisations de santé recommandent que ce règlement soit approuvé tel quel, sans amendement, et ce, le plus tôt possible.

Ce règlement aura pour incidence de réduire la consommation de tabac, d'augmenter la sensibilisation à ses effets sur la santé et de limiter l'information trompeuse qu'on trouve sur les emballages. Il diminuera le tabagisme chez les jeunes et sauvera des vies. De toute évidence, il faut éviter tout retardement de son entrée en vigueur, comme le demande avec insistance Imperial Tobacco.

La ministre Aglukkaq et Santé Canada méritent toutes nos félicitations pour le travail accompli. Ce règlement est un document source exceptionnel et propose de nouvelles mises en garde excellentes. En fait, tous les partis politiques méritent nos félicitations pour leur appui à ce que le règlement exige des mises en garde avec photos plus percutantes.

Je remarque que ce comité a déjà étudié la question.

L'industrie du tabac prétend qu'il n'y a pas suffisamment de preuves que des mises en garde qui couvrent 75 p. 100 de la surface de l'emballage auront plus d'effet que des mises en garde plus petites. Pourtant, les preuves abondent, et c'est précisément pourquoi l'industrie sait que ces mises en garde améliorées feront diminuer les ventes, et c'est pourquoi l'industrie s'y oppose.

J'ai apporté la couverture d'une revue de la littérature que la Société canadienne du cancer a déjà envoyée à tous les partis ainsi qu'au personnel de recherche du comité. Tous les députés peuvent consulter ces renseignements pendant l'étude parlementaire de ce règlement.

La Société canadienne du cancer elle-même a mené quatre études — trois chez les adultes et une chez les jeunes — pour évaluer l'incidence d'une augmentation de la taille des mises en garde à 75 p. 100. Ces études, qui complètent bien les recherches menées par Santé Canada, ont été menées en ligne à l'échelle du pays par Environics Research Group, qui a montré aux répondants des maquettes de nouvelles mises en garde de différentes tailles. Ces études ont été réalisées en 2011, après la publication des nouvelles mises en garde proposées.

Les résultats sont frappants. Quand on a montré aux Canadiens une mise en garde sur une maladie du coeur, par exemple, d'une taille de 75 p. 100 et une autre d'une taille de 50 p. 100, puis qu'on leur a demandé laquelle serait la plus efficace pour décourager les Canadiens de fumer, 72 p. 100 ont choisi la mise en garde de 75 p. 100 et seulement 7 p. 100 ont choisi la mise en garde plus petite, d'une taille de 50 p. 100. Chez les jeunes de 12 à 17 ans, les résultats sont tout aussi spectaculaires: 81 p. 100 ont choisi la mise en garde d'une taille de 75 p. 100 et seulement 6 p. 100 ont choisi la mise en garde d'une taille de 50 p. 100.

On trouve également dans la documentation que nous avons envoyée aux membres du comité 22 opinions d'experts du Canada et d'ailleurs selon qui l'efficacité des mises en garde sur la santé augmente avec leur taille et les mises en garde sur la santé d'une taille de 75 p. 100 sont plus efficaces que les mises en garde plus petites.

Nous avons entendu les observations de l'industrie concernant la mise en oeuvre de ce règlement dans un délai de six mois. Je crois que l'industrie n'a aucune crédibilité à cet égard.

En 2000, quand ce comité envisageait d'adopter un règlement dictant l'inclusion de mises en garde avec photos, l'industrie avait prétendu qu'il était techniquement impossible pour les imprimeurs canadiens d'imprimer des mises en garde de santé avec des photos couleurs conformes au règlement. Ils ont dit que c'était impossible, mais quand le règlement a été terminé, les manufacturiers ont réussi à s'y conformer dans la période de transition prévue. L'industrie s'est également adressée à la Cour supérieure du Québec sous prétexte qu'il était impossible pour elle à l'époque de respecter l'obligation d'imprimer sur les paquets des mises en garde avec photos couleurs. Le tribunal a rejeté ces arguments, et le règlement a été mis en application.

La dernière fois, l'industrie a apporté tous les changements exigés en neuf mois, il est donc intéressant qu'aujourd'hui, Imperial Tobacco demande douze mois. La dernière fois, le règlement lui donnait douze mois pour se conformer, mais elle n'a rien fait pendant les trois premiers parce qu'elle a essayé de formuler une demande devant les tribunaux pour bloquer l'entrée en vigueur du règlement. Elle a ensuite apporté tous les changements requis en neuf mois. Elle a aussi apporté des modifications à d'autres produits du tabac non couverts par le règlement actuel, comme le tabac à rouler, le tabac à pipe et les gros cigares. Cette fois-ci, elle est déjà organisée pour imprimer des photos couleurs. La dernière fois, elle ne l'était pas, c'était du nouveau. L'industrie prétend toujours qu'elle n'a pas assez de temps. C'est une industrie pourtant à la fine pointe de la technologie. Elle peut y arriver.

En 1993, pour ce règlement particulier, l'industrie avait fait valoir devant la Cour suprême du Canada qu'elle pourrait modifier tous ses emballages de cigarette en trois mois, à la condition que le format des mises en garde ne change pas. Quand l'industrie veut bouger rapidement, elle le peut.

C'est très intéressant. J'ai en main une lettre de JTI-Macdonald soumise à Santé Canada le 3 décembre 2009 pendant le processus d'élaboration de ce règlement. L'entreprise recommandait à Santé Canada que la période de mise en oeuvre dans les usines soit de six mois, soit exactement ce qu'on trouve en ce moment dans le règlement; il est donc assez surprenant de voir qu'Imperial Tobacco demande une période allant jusqu'à douze mois. Santé Canada a pourtant suivi les recommandations de JTI-Macdonald.

● (1550)

Il est intéressant de souligner également qu'un tas d'autres pays ont des périodes de transition de six mois ou moins pour ce qui est des exigences de rapports imposées aux manufacturiers: Singapour, la Bolivie, l'Inde, l'Uruguay. Si ces autres pays pourtant moins avancés technologiquement que le Canada y arrivent, nos manufacturiers de pointe peuvent sûrement respecter les mêmes échéances au Canada. Je pense qu'il y a d'autres exemples. Il faudrait que je vérifie, mais je crois que le délai est de neuf mois pour les détaillants au Brésil, comme le propose ce règlement. En Turquie, il est de six mois ou moins. Il y a beaucoup de pays semblables.

Imperial Tobacco a soulevé trois arguments en particulier. Je suis en désaccord avec son interprétation du règlement dans les trois cas. Je vais rapidement vous expliquer pourquoi.

Je vous ai déjà parlé du premier, la période de transition de six mois. Ensuite, l'entreprise déplore l'utilisation des mots « au moins 75 p. 100 ». C'était nouveau par rapport à l'ébauche publiée le 19 février, mais ces mots exacts apparaissent dans le règlement actuel, le Règlement sur l'information relative aux produits du tabac, qui est en vigueur depuis 10 ans. Il n'y a là rien de nouveau ni d'inhabituel, et il me semble important que ces mots, à tout le moins, restent là. Si les sociétés de tabac voulaient publier des mises en garde couvrant plus de 75 p. 100 de l'espace, elles devraient en avoir la possibilité. Il ne faudrait pas créer indirectement un maximum de 75 p. 100, et cette modification au règlement est justifiée. C'est clair. Un libellé semblable est en vigueur depuis 10 ans.

Enfin, pour ce qui est des grossistes, je ne vois pas où serait le problème dans la pratique. Il y a une date dans le règlement pour les manufacturiers. Il y a une date pour les détaillants. Les grossistes n'ont pas de date particulière à partir de laquelle ils doivent s'y conformer. Il y a une obligation pour les manufacturiers, les importateurs et les détaillants. À titre d'avocat, je n'y vois pas de problème.

En conclusion, permettez-moi de répéter notre recommandation que ce règlement soit approuvé sans amendement.

Je vais simplement ajouter une dernière chose sur un point soulevé par Imperial Tobacco. Ses représentants ont admis la présence de risques pour la santé, mais ils ont fait très attention dans le choix de leurs mots. Ils ne disent pas « cause » ni « pour effet »; pour eux, un « risque pour la santé » est une association statistique, et devant la Cour supérieure du Québec, où il y a actuellement un recours collectif, ils refusent d'admettre que le tabagisme peut causer le cancer. C'est en 2011.

Bref, quand vous étudierez le témoignage des représentants d'Imperial Tobacco, tenez compte de tout le contexte qui détermine la crédibilité de cette entreprise.

Je vous remercie encore une fois de nous permettre de comparaître devant le comité.

Je suis prêt à répondre à vos questions.

**La présidente:** Merci, monsieur Cunningham.

Nous allons maintenant faire un premier tour de table de questions et réponses. Nous allons allouer sept minutes à chaque parti pour les questions et réponses.

Madame Davies, voulez-vous commencer?

**Mme Libby Davies (Vancouver-Est, NPD):** Merci beaucoup, madame la présidente.

Pour commencer, je remercie tous les témoins d'être ici aujourd'hui. Je sais que vous avez été un peu pressés. C'est notre première séance, et bon nombre d'entre nous sont tout nouveaux à ce comité.

Nous commençons à connaître tous ces enjeux, mais à la lumière du projet de règlement à l'étude, des témoignages et de la documentation, il paraît très clair que ce n'est rien de nouveau. Le fait que ce projet de règlement ait été publié dans la *Gazette* en février montre clairement que c'était dans l'air, que ces propositions étaient là et qu'il y avait un processus officiel en cours, donc franchement, je suis un peu surprise d'entendre aujourd'hui que nous avons besoin de temps encore pour étudier tout cela ou pour déterminer comment nous allons répondre aux nouvelles exigences en matière d'étiquetage. Il me semble assez évident que tout cela s'en venait. En fait, je pense que nous avons ici l'occasion de respecter l'échéancier qui a été établi et qu'il serait très malheureux que nous retardions le processus maintenant. Ce n'est vraiment pas ce que nous voulons.

J'aimerais demander à M. Haslam de répondre à cela. Tout indiquait clairement depuis longtemps que ce règlement s'en venait. C'est une question.

Ensuite, à M. Cunningham de la Société canadienne du cancer, ce que vous avez dit sur le tabagisme chez les jeunes a particulièrement retenu mon attention. Je pense qu'il serait très pertinent que vous nous disiez clairement ce qui va arriver concrètement si nous n'adoptons pas ces mesures destinées à prévenir le tabagisme et à sauver des vies, particulièrement chez les jeunes.

Je ne connais pas les statistiques sur la cigarette chez les jeunes mais je sais que le tabagisme est en hausse. Nous devrions tous nous inquiéter tout particulièrement de la jeune génération.

Pourriez-vous nous décrire un peu plus en détail ce qui va arriver si nous n'adoptons pas tout de suite ce règlement? Qu'allons-nous dire aux jeunes sur leur santé et leur aptitude à être des membres productifs et en bonne santé de la société?

• (1555)

**La présidente:** Allez-y, monsieur Cunningham.

**M. Rob Cunningham:** Merci.

L'écrasante majorité des fumeurs commencent à fumer à l'adolescence ou à la préadolescence. Le taux de tabagisme chez les jeunes de 15 à 19 ans est de 13 p. 100, ce qui est bien trop élevé. Chaque mois de retard dans l'entrée en vigueur de ces nouvelles mises en garde, il y aura du retard dans la prévention pour empêcher les jeunes de commencer à fumer. Certains feront peut-être l'expérience de la cigarette, mais ces messages vont empêcher certains jeunes de devenir des fumeurs réguliers, d'acquérir une dépendance à la cigarette.

Nous savons que ces messages fonctionnent. De nombreuses études le montrent, et nous constatons que la mise en circulation de nouvelles mises en garde avec photos créent une réduction du tabagisme chez les jeunes. Il y a également des restrictions en matière de publicité et une augmentation des taxes sur le tabac, mais ces mises en garde sont un facteur qui pèse lourd. Une fois la

dépendance créée, il est très difficile d'arrêter de fumer, et on peut facilement mettre le pied dans l'engrenage de la maladie et de la mort.

**Mme Libby Davies:** Pouvez-vous nous dire s'il y a des recommandations sur la façon d'utiliser plus efficacement les médias sociaux? Il faut reconnaître que parfois, les méthodes de publicité classiques ne font pas bien passer le message. J'ai vu de l'information sur l'utilisation des médias sociaux, particulièrement pour ce qui est d'envoyer un message d'éducation et de santé important aux jeunes fumeurs.

**M. Rob Cunningham:** La ministre Aglukkaq a annoncé que Santé Canada allait déployer une campagne de publicité dans les médias sociaux en lien avec la publication des nouvelles mises en garde sur les paquets. Nous l'appuyons. Ces messages pourraient venir compléter les mises en garde qu'on trouve sur les paquets, ils pourraient être interactifs. Nous savons que le paquet lui-même a une portée incroyable, parce qu'il atterrit dans les mains de tous les fumeurs chaque jour et qu'il est très économique, mais l'idée d'une campagne publicitaire dans les médias sociaux est louable, et elle sera bienvenue.

**Mme Libby Davies:** Merci.

Monsieur Haslam, pouvez-vous nous expliquer davantage pourquoi vous dites que ce règlement ne peut pas être mis en vigueur efficacement à courte échéance? N'étiez-vous pas au courant de la publication dans la *Gazette* et de ce que cela signifiait?

**M. David Haslam:** Ce n'est pas une surprise, mais je n'ai pas de documents de travail, et tant que je n'en ai pas, je ne peux rien faire. Nous n'avons rien sur les planches à dessin, rien pour démarrer le processus, donc je ne peux pas commencer. Je peux me préparer, et je m'y prépare, nous nous mettons en marche accélérée, parce que nous savons que cela s'en vient.

Pour répondre à l'observation faite par M. Cunningham, j'ai vécu le changement législatif de 2001 aussi. Si vous parlez aux résidents de Brockville, en Ontario, qui ont perdu une grosse imprimerie parce que le travail a été transféré au sud, ou si vous parlez aux résidents de Toronto, qui ont perdu une autre grosse imprimerie, parce que le travail a été déménagé vers le sud, vous allez apprendre que nous avons réussi à faire ce qu'il fallait pour nous conformer, mais qu'il y a des échéances qui viennent avec la conformité, et que les échéances signifient que les activités se déplacent.

**Mme Libby Davies:** Nous venons d'entendre parler de cette lettre de décembre 2009 selon laquelle il paraissait clair que ce pouvait être accompli en six mois.

• (1600)

**M. David Haslam:** Ce n'est pas mon avis. Ce n'est pas moi qui l'ai écrite. Je suis ici pour vous donner mon opinion professionnelle, et c'est mon opinion professionnelle.

**La présidente:** Merci.

Passons à M. Carrie.

**M. Colin Carrie:** Merci, madame la présidente.

Je tiens à remercier les témoins de comparaître ici aujourd'hui sur ce sujet d'une extrême importance.

Monsieur Haslam, je trouve votre opinion très crédible. J'ai un bon ami à Oshawa qui travaillait dans le secteur de l'imprimerie. Il avait une entreprise familiale depuis des dizaines et des dizaines d'années, mais avec l'évolution technologique, elle a fermé ses portes. J'aimerais entendre ce que vous avez à dire parce que nous venons à peine de mettre en oeuvre notre plan d'action économique et nous essayons de créer des emplois. Je vous trouve très crédible parce que vous ne tirez pas directement d'argent de la vente des cigarettes, mais de tout le secteur de l'imprimerie qui l'entoure, donc de ses retombées.

J'aimerais avoir votre avis sur l'échéancier. Vous avez dit que d'après vous, il serait plus réaliste de prévoir environ 12 mois. Y a-t-il d'autres options pour y arriver?

**M. David Haslam:** À mon avis, il faut un an pour maintenir les activités d'imprimerie au Canada. Les États-Unis ont entrepris la modification des messages de mise en garde; par conséquent, ils n'auront pas la capacité nécessaire.

**M. Colin Carrie:** Vous pensez qu'une bonne partie de cela pourra se faire aux États-Unis parce que les entreprises américaines sont beaucoup plus grosses et qu'elles peuvent faire le travail.

**M. David Haslam:** Non. Les sociétés américaines mettent en oeuvre les modifications à la loi. Les États-Unis suivent l'exemple du Canada et mettent des mises en garde sur les paquets de cigarettes. La capacité sera augmentée aux États-Unis, mais il n'y aura pas de capacité supplémentaire.

Comme je l'ai indiqué, il s'agit d'une activité hautement capitalistique. Nous ne pouvons pas simplement aller au coin de la rue et y trouver 30 autres personnes qui savent faire fonctionner notre équipement. Nos clients non plus, d'ailleurs, tout comme ils ne pourront pas acheter une nouvelle presse dans trois mois.

**M. Colin Carrie:** Merci beaucoup de cette réponse.

Je viens d'Oshawa, et on y trouve beaucoup de dépanneurs. Ce sont de petites entreprises. Que vous aimiez ou non le produit qu'est la cigarette, il n'en demeure pas moins qu'il s'agit d'un produit légal. Ces entreprises réalisent un important profit par la vente de cigarettes et de boissons gazeuses.

Avez-vous préparé un plan pour la gestion des stocks des anciens paquets qui ont déjà été achetés par les dépanneurs? Je connais des fumeurs, et ils préfèrent toujours acheter un produit frais. Lorsque les nouveaux emballages seront mis en marché, qu'advient-il des anciens produits qui sont sur les tablettes des petits détaillants?

**Mme Caroline Ferland (directrice des services juridiques, Corporatif, Imperial Tobacco Canada limitée):** En ce moment, aucun plan n'a été mis en oeuvre. Nous en établirons un lorsque la réglementation entrera en vigueur, ce qui sera dans 270 jours, selon le scénario actuel.

Pour ce qui est du déroulement de la transition dans le commerce de détail, chaque entreprise pourrait avoir sa propre façon de faire, mais, habituellement, ce qui se passe, c'est qu'aux environs de la date d'interdiction de vente des produits sur lesquels figurent les anciennes mises en garde, nous demanderions d'abord à nos représentants d'aller dans les points de vente et d'emballer les produits en question. Nous les reprendrions et ils seraient considérés comme des « retours invendables ». En somme, les détaillants recevraient un crédit pour ces produits.

**M. Colin Carrie:** Les fabricants de produits du tabac absorberont-ils les dépenses supplémentaires encourues par les propriétaires des petits dépanneurs, comme les dépenses liées à l'embauche de personnel pour retirer le produit des tablettes ou pour le remballer et

les coûts d'expédition, ou est-ce une chose que devront assumer les petites entreprises?

**Mme Caroline Ferland:** Pour ce qui est de notre entreprise, ce serait habituellement quelque chose dont se chargerait notre représentant. Il m'est difficile de dire si les détaillants devront supporter les coûts liés aux produits des autres fabricants.

**M. Colin Carrie:** Merci beaucoup.

Monsieur Cunningham, nous étudions la situation relative à cette nouvelle réglementation sur la scène internationale. Pourriez-vous dire au comité où le Canada se situe, à l'échelle internationale, par rapport au contrôle des produits du tabac?

**M. Rob Cunningham:** Pour ce qui est des mises en garde sur les paquets, le Canada fera figure de chef de file. Ce ne sont pas les plus grandes du monde; en Australie, elles occuperont bientôt 82,5 p. 100 de la surface du paquet, soit 75 p. 100 à l'avant et 90 p. 100 à l'arrière. L'Uruguay est déjà rendu à 80 p. 100. Il y a d'autres pays, comme le minuscule Maurice, qui a des mises en garde qui occupent en moyenne 65 p. 100 de la surface, tant à l'avant qu'à l'arrière.

La réglementation est extraordinaire et fera du Canada un chef de file à l'échelle mondiale. Il faut noter que le Canada sera le seul pays à exiger qu'une mise en garde figure à l'intérieur du paquet. Si on veut déterminer la qualité de la réglementation canadienne, il faut l'examiner dans son ensemble.

**M. Colin Carrie:** Pouvez-vous fournir au comité des statistiques sur les variations du taux de tabagisme qui ont été observées au Canada depuis l'entrée en vigueur des premières mises en garde sur l'usage du tabac?

• (1605)

**M. Rob Cunningham:** Chez les adultes canadiens, avant l'entrée en vigueur de la réglementation précédente sur les mises en garde avec photos, le taux de tabagisme était de 24 p. 100; il est passé à 18 p. 100. Chez les jeunes de 15 à 19 ans, le taux a chuté, passant de 28 à 13 p. 100 pendant la même période. Il y a eu une baisse considérable pendant la période où ces mises en garde ont été en vigueur. Bien entendu, d'autres mesures ont aussi été mises en oeuvre.

**Le président:** Merci, monsieur Cunningham.

Nous passons maintenant à Mme Fry.

**L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.):** Merci beaucoup, et je vous remercie tous d'être venus.

Je veux poser une question simple parce que, encore une fois, je siège au comité depuis peu. Je n'y ai jamais siégé auparavant. J'aimerais une précision sur un petit point qui prête à confusion.

Dans le paragraphe 8(1) du Règlement sur l'information relative aux produits du tabac, on parle des essais à effectuer pour obtenir l'information à fournir pour sept catégories. Dans le Règlement sur les rapports relatifs au tabac, le nombre de catégories a maintenant été réduit à quatre, et ce, seulement pour ce qui est des constituants de la cigarette et non pour les émissions.

À votre avis, ce changement aura-t-il une incidence sur quoi que ce soit? Si oui, pouvez-vous nous dire de quoi il s'agit? En fonction de quels critères les entreprises devront-elles faire rapport de leurs émissions à l'avenir?



**M. Rob Cunningham:** Je ne pense pas que ce changement pose problème. Cela n'aura aucune incidence directe sur ce qui figurera sur l'étiquette. L'étiquetage sera modifié de façon à ce que plutôt que d'avoir des chiffres pour le goudron et la nicotine — ce qui, nous le savons maintenant, nous induit en erreur, parce que les humains ne fument pas de la même façon que des machines —, il y aura un énoncé qualitatif et descriptif sur les émissions toxiques. Nous sommes favorables à ce changement. C'est conforme aux lignes directrices internationales.

Il y aura un règlement sur les rapports continus en vertu duquel les fabricants seront tenus de fournir à Santé Canada des renseignements que le ministère pourra utiliser pour déterminer les étapes suivantes relativement à la réglementation, aux initiatives, à l'image de marque, etc. Mais pour ce qui est de la réglementation, elle n'exigera pas que ces mêmes données figurent sur le côté du paquet.

**L'hon. Hedy Fry:** Vous dites qu'à votre avis, cela n'aura aucune incidence sur la capacité de faire rapport. J'étais préoccupée par les émissions plutôt que par les constituants.

**M. Rob Cunningham:** Toute entreprise importatrice devra se conformer à la réglementation, comme tout fabricant canadien. Elles ont la capacité d'importer leur produit et sont toujours autorisées à le faire, mais la réglementation doit être respectée.

**L'hon. Hedy Fry:** Merci.

Je m'intéresse beaucoup aussi à l'incapacité de respecter l'échéance fixée dont a parlé M. Haslam. Vous avez dit que vous ne pourrez pas obtenir l'équipement à temps et que vous ne pouvez manifestement pas trouver des gens pour le faire fonctionner au coin de la rue. Je considère qu'il s'agit là de deux arguments plutôt valables.

Si vous saviez que la réglementation allait être adoptée, pourquoi n'avez-vous pas acheté l'équipement? Au moins, vous l'auriez. Vous n'aviez pas besoin de savoir ce qui allait figurer sur l'emballage avant de vous le procurer. N'auriez-vous pas pu vous mettre à la recherche de personnes que vous auriez pu engager une fois la mesure législative adoptée, des gens qui ont la capacité de le faire et l'expérience technique nécessaire?

**M. David Haslam:** En général, il faut 10 ans pour amortir un équipement. Vous parlez d'une production de six mois, après quoi il n'y a plus de travail. Donc, non, nous n'allons pas investir là-dedans. Ce n'est pas un investissement intelligent.

Pour la formation du personnel, nous avons un programme d'apprenti d'une durée de trois ans. Nous ne pouvons pas former ces gens, puis leur demander de rester là à attendre. Nous ne pouvons pas les congédier; ce n'est pas juste envers eux non plus.

Ce que nous voulons essayer de faire, c'est de gérer la question avec les ressources que nous avons et nous assurer que nos salariés... Ils seront très occupés pendant la prochaine année, et ils s'en réjouiront. Mais j'ai bien peur qu'on ne puisse pas engager des gens au coin de la rue.

**L'hon. Hedy Fry:** J'ai entièrement confiance en votre capacité de respecter la date limite parce que je sais que vous êtes une personne créative et innovatrice.

**M. David Haslam:** Vous m'en voyez flatté.

**La présidente:** Merci, madame Fry.

Nous passons maintenant à Mme Block.

**Mme Kelly Block (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC):** Merci beaucoup, madame la présidente.

J'aimerais remercier chacun des témoins d'être avec nous aujourd'hui. Je vous remercie de vos exposés.

Je suis un nouveau membre du comité, mais je suis consciente, comme l'a dit ma collègue d'en face, qu'il s'agit d'un processus qui est en cours depuis quelque temps déjà. En fait, les gens de Santé Canada nous ont dit que les mises en garde qui figurent sur les paquets de cigarettes ne devraient pas être une mesure isolée, mais s'intégrer à une stratégie globale de lutte contre le tabagisme.

Ma question s'adresse à vous, monsieur Cunningham. Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous avez participé à l'élaboration de cette stratégie avec Santé Canada?

• (1610)

**M. Rob Cunningham:** J'y ai participé par l'intermédiaire de la Société canadienne du cancer. Cet organisme et d'autres organismes qui oeuvrent dans le secteur de la santé ont été régulièrement consultés pendant la processus d'élaboration de la réglementation. Je sais que les fabricants de produits du tabac ont aussi été consultés pendant le processus; c'est ainsi que fonctionne Santé Canada. Je crois qu'on a pris en compte nos recommandations.

**Mme Kelly Block:** Dans la réglementation sur l'étiquetage des produits du tabac, les articles 12 à 16 définissent les exigences proposées en matière de mises en garde sur les produits du tabac. À votre avis, est-ce que ces exigences répondent aux préoccupations des groupes d'intervenants qui ont participé à l'élaboration de la stratégie?

**M. Rob Cunningham:** Je pense que dans l'ensemble, la réglementation est formidable. Le format de 75 p. 100 est particulièrement important si on veut améliorer les résultats. Les images sont, en général, bien meilleures que les images que l'on trouve actuellement sur les paquets. Il y a une amélioration. On a appris des choses. Il est toujours possible de trouver des choses qu'on pourrait améliorer, mais, dans sa forme actuelle, la réglementation est formidable.

**Mme Kelly Block:** Très bien. Vous avez dit qu'il y a eu une amélioration des images qui ont été mises sur les paquets et des mises en garde.

Pouvez-vous nous dire quelles preuves nous avons de leur efficacité?

**M. Rob Cunningham:** Il y a énormément de preuves. En 2000, évidemment, par l'intermédiaire de Santé Canada, le comité a reçu beaucoup de données qui étaient disponibles au Canada et à l'étranger. Depuis, le Canada a été le premier pays à mettre en oeuvre des mises en garde avec photos, et il y a maintenant 42 administrations et pays qui l'exigent. Les études tendent à le démontrer de plus en plus.

À côté de moi, vous pouvez voir la montagne d'études qui ont été faites ces 10 dernières années au Canada et à l'échelle internationale. C'est très impressionnant, et le comité peut être assuré que la réglementation va dans la bonne direction.

**Mme Kelly Block:** Me reste-t-il du temps, madame la présidente?

**La présidente:** Vous avez deux ou trois minutes à votre disposition, madame Block.

**Mme Kelly Block:** D'accord.

J'ai lu diverses parties de la réglementation qui a été présentée. Je me suis penchée sur le Règlement sur la promotion des produits du tabac et des accessoires, et sur les termes interdits.

Pourriez-vous nous parler des termes « extra », « ultra », « léger » et « doux » et de l'incidence que peut avoir leur utilisation sur la personne qui songe à arrêter de fumer? Sont-ils trompeurs? Quelle importance doit-on leur accorder dans le cadre d'une stratégie de lutte contre le tabagisme?

**M. Rob Cunningham:** Les termes « extra », « ultra », « léger » et « doux » sont trompeurs. Ils ont été utilisés dans le cadre d'une stratégie conçue pour rassurer les fumeurs, et la publicité de l'industrie du tabac a créé la perception selon laquelle ces cigarettes sont beaucoup moins nocives que les cigarettes dites régulières. Malheureusement, beaucoup de personnes se sont tournées vers ces marques plutôt que de cesser de fumer.

À l'échelle internationale, on reconnaît maintenant que ces termes sont trompeurs. On en fait mention dans le traité international sur le tabac, la Convention-cadre pour la lutte antitabac. Ces termes ont spécifiquement été interdits par au moins 50 pays, et à la suite d'une enquête du Bureau de la concurrence, trois importants fabricants canadiens et plusieurs fabricants de moindre importance ont accepté un accord exécutoire qui visait le retrait de ces termes de leurs marques de cigarettes. La réglementation fera de cet accord un règlement pour faire en sorte que cela s'applique aux entreprises qui ne sont pas encore assujetties à de telles ententes.

**Mme Kelly Block:** Merci beaucoup.

**La présidente:** Merci, madame Block.

Avez-vous terminé? D'accord.

Avec votre permission, puis-je poser une question aux témoins? Cela vous convient-il?

**Des voix:** D'accord.

**La présidente:** Merci.

Monsieur Haslam, j'ai suivi avec intérêt ce que vous avez dit au sujet de votre société. Si on établit le délai à six mois, il semble que la situation sera apocalyptique. Vos ventes atteignent 70 millions de dollars au Canada?

**M. David Haslam:** Oui.

**La présidente:** L'étiquetage des cigarettes est-il votre seule source de revenus?

**M. David Haslam:** Non. Plus tôt, j'ai indiqué que l'emballage des cigarettes représente 25 p. 100 de notre chiffre d'affaires en héliogravure; 75 p. 100 est lié à l'emballage en général: les friandises, les sacs de chips, les étiquettes de marques de bière, etc. Nous fabriquons toutes sortes d'emballages par ce procédé. Une partie de notre chiffre d'affaires est liée à l'héliogravure, et 25 p. 100 de cela est lié à l'industrie du tabac.

•(1615)

**La présidente:** Donc, vous avez d'autres sources de revenus, plutôt que d'être obligé d'aller aux États-Unis en raison de la réglementation?

**M. David Haslam:** Oui.

**La présidente:** Je voulais simplement clarifier ce point. Merci.

Nous passons maintenant à la deuxième série de questions, de cinq minutes cette fois.

Nous commençons avec Mme Quach.

[Français]

**Mme Anne Minh-Thu Quach (Beauharnois—Salaberry, NP):** Merci, madame la présidente. Je tiens à remercier tous les

témoins qui sont présents. Ma question s'adresse à M. Rob Cunningham.

On sait que l'industrie de la cigarette produit chaque année de 40 à 50 milliards de cigarettes. En ce qui concerne tout ce que vous avez dit de l'impact sur les consommateurs des mots « doux » et « léger », avez-vous entre les mains des statistiques qui permettraient de nous situer sur l'achat de ces produits? Par exemple, sait-on combien de consommateurs achètent des produits de marque « légère » ou « douce » par rapport aux autres marques de produits disponibles sur le marché?

**M. Rob Cunningham:** Aujourd'hui, environ 2 à 5 p. 100 des produits ont un nom qui comprend le mot « légère » ou « douce ».

Il y a également des questions soulevées par les couleurs sur le paquet de cigarettes. Qui l'utilise? C'est un peu trompeur. Certaines compagnies ont utilisé des mots de substitution. Cela n'éliminera donc pas la tromperie, mais cela va certainement réduire et éliminer certains mots trompeurs sur l'emballage. Nous appuyons donc ce règlement.

**Mme Anne Minh-Thu Quach:** Ces impacts sont-ils plus grands chez les jeunes ou chez les personnes plus âgées?

**M. Rob Cunningham:** Je crois que cela a un impact sur les adultes et sur les jeunes. Parmi les jeunes, beaucoup tentent de cesser de fumer. C'est difficile pour des adolescents d'atteindre cet objectif. Ce sujet, ce message trompeur de cigarettes « légères » ou « douces » est entendu par les jeunes. Cela aura donc des impacts positifs pour ces deux groupes.

**Mme Anne Minh-Thu Quach:** La prochaine question porte toujours sur les mots « doux » et « léger ».

Monsieur Clayton, pouvez-vous y répondre? Les ventes des produits « doux » et « légers » ont-ils augmenté au cours des dernières années?

[Traduction]

**M. John Clayton:** En vertu de l'accord conclu avec le Bureau de la concurrence que M. Cunningham a mentionné il y a quelques instants, les termes dont vous avez parlé — « doux » et « léger » — ne figurent plus sur les produits du tabac depuis quatre ou cinq ans. Donc, ce règlement ne fait qu'inscrire dans la loi ce qui est une pratique courante dans l'industrie du tabac canadienne aujourd'hui.

Cependant, j'ajouterais que ces termes figurent toujours sur plusieurs produits de contrebande qui continuent à passer par les réserves des Premières nations et qui sont actuellement vendus partout au pays. Toutefois, pour ce qui est du marché légitime du tabac, ils ne figurent plus sur les produits du tabac de nos jours.

[Français]

**Mme Anne Minh-Thu Quach:** Je vous remercie.

J'aimerais aussi poser une question par rapport aux substances inscrites sur l'emballage des produits du tabac. Auparavant, il y avait des chiffres et maintenant, on essaie de les faire enlever.

S'il n'y avait plus de méthode officielle de mesure de ces émissions toxiques, pensez-vous que cela pourrait nuire davantage à la santé des gens, monsieur Cunningham?

**M. Rob Cunningham:** On sait maintenant que ces chiffres sont trompeurs, parce que ces résultats ont été obtenus par une machine à fumer. Les humains ne fument pas comme ces machines à fumer utilisées lors des tests.

La tendance internationale est d'enlever ces chiffres. On voit cela de plus en plus dans de nombreux pays. Il y a des directives internationales liées à cette recommandation. C'est à cause de cette tendance qu'on voit les modifications aux règlements sur le plan international.

**Mme Anne Minh-Thu Quach:** Croyez-vous que ça permettra aux compagnies d'éviter de comptabiliser ces émissions toxiques?

**M. Rob Cunningham:** Il est encore possible de demander aux compagnies d'effectuer des tests. Elles ont encore l'obligation d'envoyer des résultats des tests à Santé Canada. Toutefois, ça va éliminer de l'information trompeuse qu'on trouve maintenant sur les emballages. Les compagnies peuvent encore faire des tests, mais ce qui est inscrit sur le côté du paquet va changer.

• (1620)

[Traduction]

**La présidente:** Merci, monsieur Cunningham.

Nous passons à M. Brown.

**M. Patrick Brown (Barrie, PCC):** Merci, madame la présidente.

La première question d'ordre général est la suivante: dans quelle mesure avez-vous collaboré avec Santé Canada à la création de ces étiquettes et avez-vous le sentiment que vos commentaires ont été pris en compte? La question s'adresse à n'importe lequel d'entre vous.

**M. John Clayton:** Nous serions probablement en désaccord avec les propos de M. Cunningham, qui a parlé de participation active. Dans le cadre du processus de réglementation, nous avons déposé un mémoire. Cependant, comme nous l'avons dit aujourd'hui, nous sommes d'avis que plusieurs problèmes n'ont pas été réglés et cela demeure une de nos grandes préoccupations. C'est pourquoi nous avons soulevé ces questions devant le comité aujourd'hui.

**M. David Haslam:** On nous a demandé notre avis sur l'exécution, les échéances et la gestion de ce processus. Nous l'avons donné. Personne n'en a tenu compte jusqu'à présent, mais nous avons fait part de notre point de vue, et c'est aussi pour cette raison que je suis ici aujourd'hui. Comme je l'ai dit, nous n'avons pas d'opinion sur l'efficacité des mises en garde ou quoi que ce soit de ce genre; seulement sur la façon d'y arriver et de conserver les emplois au Canada.

**M. Patrick Brown:** Monsieur Cunningham, voulez-vous donner votre avis?

**M. Rob Cunningham:** Nous avons participé aux consultations et je crois que nos commentaires, comme ceux d'autres organisations dans le domaine de la santé, ont été pris en considération. Cela ne veut pas dire qu'absolument toutes nos suggestions ont été retenues, mais elles ont été étudiées sérieusement et, dans plusieurs cas, des changements ont été faits.

**M. Patrick Brown:** J'ai une question complémentaire. Dans quelle mesure croyez-vous que l'augmentation de la taille des mises en garde ont influé sur le taux de tabagisme au Canada? Pensez-vous que cette mesure fonctionne? À quel point le taux de tabagisme peut-il être encore réduit?

**M. Rob Cunningham:** Je crois que les mises en garde visuelles ont contribué au recul du tabagisme chez les jeunes et les adultes. L'augmentation de la taille des mises en garde prévue par le règlement proposé va réduire l'utilisation du tabac, accroître la sensibilisation du public aux effets sur la santé et limitera l'information trompeuse qu'on trouve sur les emballages. Il y aura un effet sur l'utilisation de l'emballage comme outil publicitaire. Les

fabricants ont tendance à utiliser des images vantant un style de vie sophistiqué, mais ils ne pourront plus le faire autant quand l'espace réservé à la vérité sur les emballages sera agrandi.

Le problème, c'est que les images qu'on voit actuellement sur les emballages sont les mêmes depuis 10 ans. Il est essentiel qu'elles soient actualisées, et c'est ce que ce projet de règlement fera. Les images actuelles n'ont pas l'incidence qu'elles ont déjà eue. C'est pourquoi l'utilisation de nouvelles mises en garde améliorées est une si bonne chose. Couvrir 75 p. 100 de la surface de l'emballage avec des mises en garde est extrêmement important.

**M. Patrick Brown:** Quand nous avons abordé le sujet par le passé, nous avons discuté de ce qui se fait un peu partout dans le monde. Dans les autres pays qui ont mis l'accent sur la taille des mises en garde, est-ce que le taux de tabagisme a diminué?

**M. Rob Cunningham:** En Australie, les mises en garde visuelles ont donné de bons résultats. Il y a une étude internationale qui mesure l'incidence de ce genre de mesure sur l'utilisation du tabac dans différents pays. La Thaïlande est un autre exemple. Lorsque les autorités de ce pays ont décidé d'agrandir les mises en garde et d'utiliser des images, les résultats ont été probants, comparativement à un pays voisin, la Malaisie, qui n'a pas pris de mesure semblable. L'exemple de ces deux pays montre bien que l'ajout d'images — parfois combinées à une augmentation de la taille des mises en garde, parfois non — intensifie l'incidence des mises en garde.

Les preuves sont convaincantes. C'est pourquoi le nombre de pays qui exigent l'utilisation d'images augmente chaque année, et la tendance est de plus en plus marquée.

**M. Patrick Brown:** Avez-vous quelque chose à ajouter?

**M. John Clayton:** J'ai deux commentaires.

Je ne suis pas venu ici pour débattre avec le comité de l'efficacité ou de l'inefficacité des mises en garde sur la santé. Je crois que la question de ma crédibilité à cet égard, que M. Cunningham a déjà soulevée, vous trotte encore dans la tête. J'ai énoncé clairement notre position là-dessus.

Nous demandons tout simplement une période pratique de mise en oeuvre — une période pratique pour le fournisseur qui est là aujourd'hui, une période qui nous permettrait d'appliquer le règlement, et ce, sans troubler le marché. Dans certaines régions, c'est jusqu'à 33 p. 100 du marché qui est occupé par les cigarettes de contrebande. Je répète ce que j'ai dit dans ma déclaration: en vertu du règlement actuel, il y a deux périodes de mise en oeuvre. Nous ne comprenons pas quelle est la logique derrière celle qui s'applique au fabricant. Il ne devrait y en avoir qu'une seule pour le consommateur au point de vente final. Cela ne toucherait pas du tout le consommateur et permettrait aux fabricants de s'occuper de leur chaîne d'approvisionnement au meilleur de leurs capacités sans que le consommateur en sente les effets. Cela dérangerait aussi beaucoup moins la chaîne d'approvisionnement globale du marché canadien du tabac.

• (1625)

**La présidente:** Merci, monsieur Clayton.

Madame Sellah, vous avez la parole.

[Français]

**Mme Djaouida Sellah (Saint-Bruno—Saint-Hubert, NPD):** Je remercie tous les témoins qui participent à cette séance.

Ma question est simple. M. John Clayton voulait parler de l'échéance pour l'emballage et de tout ce qui s'ensuit, mais en tant que professionnelle de la santé, je sais que la nicotine contenue dans les cigarettes crée une accoutumance qui rend l'abandon du tabagisme difficile. Bien des fumeurs subissent des symptômes de sevrage déplaisants lorsqu'ils essaient d'arrêter de fumer.

Est-il plus facile de cesser de faire usage du tabac lorsqu'on consomme des produits du tabac doux ou légers? Selon vous, l'interdiction des termes « doux » et « légers » aura-t-elle des répercussions sur les utilisateurs de tabac? Si c'est le cas, lesquelles prévoyez-vous?

Merci.

[Traduction]

**M. John Clayton:** J'ai deux choses à dire en réponse à la question.

Premièrement, comme je l'ai déjà dit, il y a quatre ou cinq ans que ces termes n'apparaissent plus sur les produits du tabac au Canada. Il m'est donc difficile de commenter ce point.

Deuxièmement, nous sommes conscients que le tabac crée une accoutumance, en ce sens qu'il est difficile d'arrêter de fumer. Je le reconnais sans problème. Je crois que tout le monde sait cela de nos jours.

Personnellement, je suis non-fumeur. Comme ces produits ne sont plus utilisés au Canada depuis quatre ou cinq ans, je ne sais pas trop quoi dire là-dessus. Personne au Canada ne consomme de produits du tabac qui portent les mentions dont vous avez parlé.

[Français]

**Mme Djaouida Sellah:** Merci.

[Traduction]

**La présidente:** Il vous reste un peu de temps, madame Sellah. Voulez-vous poser une autre question ou avez-vous terminé?

[Français]

**Mme Djaouida Sellah:** Ça va, puisque monsieur a répondu à la question au sujet de la concurrence par rapport aux produits légers et doux.

[Traduction]

**La présidente:** Bien, je vous remercie.

Monsieur Morin, voulez-vous utiliser les deux minutes restantes?

[Français]

**M. Dany Morin (Chicoutimi—Le Fjord, NPD):** Oui, s'il vous plaît.

Monsieur Cunningham, je suis très heureux que vous ayez parlé des statistiques indiquant qu'il y a une baisse du tabagisme chez les gens de toutes les couches d'âge. Cependant, je crois aussi qu'il y a une augmentation de la popularité des petits cigares, des cigarillos, surtout chez les jeunes qui croient que c'est un peu *cool* de fumer les cigarillos.

Pourriez-vous nous transmettre les informations que vous avez au sujet de ce produit spécifique? Avez-vous des statistiques, surtout en ce qui concerne les jeunes?

**M. Rob Cunningham:** Le projet de loi C-32, qui a été étudié par ce comité et adopté par le Parlement, interdit les petits cigares aromatisés. Avant cela, on avait remarqué une grande augmentation des ventes de cette catégorie de produits à saveurs de chocolat, de menthe, de pêche, de vanille, de framboise, très populaires auprès

des jeunes. C'est incroyable lorsqu'on sait qu'il s'agit d'un produit nocif créant une dépendance.

Cet excellent projet de loi, présenté par la ministre de la Santé, Mme Aglukkaq, a obtenu l'appui de tous les partis. En vertu de ce règlement, les nouvelles mises en garde vont s'appliquer aux petits cigares, comme le veut le projet de loi C-32 — et c'est très bien —, même s'ils ne sont pas aromatisés.

Par ailleurs, rappelons-nous qu'un comité sénatorial a étudié ce projet de loi et entendu des témoignages selon lesquels si le projet de loi était adopté, l'usine de Rothmans Benson & Hedges au Québec devrait fermer ses portes. Le projet de loi a été adopté et l'usine est encore ouverte. Donc, le ciel ne nous est pas tombé sur la tête. On entend toujours dire qu'il va nous tomber sur la tête.

En ce qui concerne le cas de Shorr Packaging, que vient de mentionner M. Haslam, c'était bien après l'an 2000, quand a été établie la réglementation sur les nouveaux emballages.

• (1630)

[Traduction]

**La présidente:** Merci, monsieur Cunningham. Monsieur Morin, je laisse la parole à M. Gill, et ce sera à nouveau votre tour après.

Vous avez cinq minutes, monsieur Gill.

**M. Parm Gill (Brampton—Springdale, PCC):** Merci, madame la présidente. Je remercie également les témoins d'avoir pris le temps de nous rencontrer.

Ma première question s'adresse à M. Cunningham. Pourriez-vous nous aider à comprendre les effets de ces mises en garde sur les jeunes, les adolescents et les préadolescents? Est-ce que des études ont été faites? Pourriez-vous nous renseigner à cet égard?

**M. Rob Cunningham:** Santé Canada a fait des études auprès des adultes et des jeunes, et la Société canadienne du cancer aussi. Les résultats montrent que les mises en garde de plus grande taille ont plus d'effet que les plus petites.

Nous savons que le paquet de cigarettes est une mini-affiche publicitaire qui circule dans les collectivités, les cours d'écoles et les maisons dans les mains des jeunes. Souvent, le paquet de cigarettes leur sert à projeter une certaine image auprès de leurs amis et des autres membres de leur cercle. Lorsque le paquet montre clairement un message véridique sur le cancer de la bouche ou d'autres effets sur la santé, il devient un article beaucoup moins *cool*.

Cela n'empêche pas les jeunes de fumer, mais cela favorise les discussions à l'école lorsque le sujet est abordé dans les cours qui traitent de santé. Cela incite les fumeurs à en parler entre eux. Il y a aussi le numéro de téléphone sans frais pour obtenir de l'aide pour cesser de fumer qui est indiqué sur les emballages, ce qui est très important. En effet, chaque fumeur canadien, en milieu urbain ou rural ou en région éloignée, qui trouve peu pratique le fait d'aller suivre un programme pour cesser de fumer, aura ce numéro sous les yeux et pourra appeler au moment où il aura la motivation d'arrêter de fumer et voudra de l'aide. L'aide est gratuite et offerte par des spécialistes formés. Tous les Canadiens y ont accès.

Pour toutes sortes de raisons, bien des jeunes pensent que cela ne leur arrivera jamais. Ils pensent que les troubles de santé liés au tabagisme touchent seulement les autres. Peut-être qu'ils vivent pour le moment présent et ne veulent pas penser à ce qui va leur arriver à 50 ans, mais quand ils voient cette image sur l'emballage, cela vaut mille mots. C'est plus difficile de faire comme si cela n'existait pas. De plus, tout ce qui concerne l'apparence physique, comme la bouche et tout le reste, touche beaucoup les jeunes, puisque l'image qu'ils projettent est si importante pour eux.

Les fabricants de produits du tabac ont plus de difficulté à renvoyer une image de féminité, de virilité, de raffinement ou de statut social, comme ils aiment bien le faire avec leurs emballages attrayants, quand l'espace réservé à la publicité est réduit. L'espace est suffisant pour indiquer le nom de la marque et ainsi de suite, cela ne pose aucun problème. D'autres pays, comme l'Uruguay, réduisent encore plus l'espace publicitaire, et en Australie, un projet de loi a été annoncé pour banaliser tous les paquets de cigarettes. Donc, d'autres pays vont encore plus loin.

Divers mécanismes visant à aider les jeunes à cesser de fumer existent. Jusqu'à présent, c'est ce qu'on voit au Canada. Les jeunes eux-mêmes appuient les messages de ce type.

**M. Parm Gill:** Y a-t-il des données d'autres pays qui ont adopté les mises en garde plus grosses, surtout en ce qui concerne les adolescents et préadolescents? De quel genre de réduction du taux d'accoutumance aux produits du tabac parle-t-on?

**M. Rob Cunningham:** Je n'ai pas les données concernant les tendances chez les jeunes des autres pays avec moi, mais je sais que le taux de tabagisme chez les jeunes est à la baisse dans les pays où ce genre d'emballage est utilisé. La Nouvelle-Zélande est un autre exemple, en plus de ceux que j'ai déjà mentionnés. Ce n'est pas pour rien que les fabricants de produits du tabac s'opposent à ces mesures. Ils savent que ces règlements contribuent à réduire le tabagisme chez les jeunes. C'est pour cela que de plus en plus de gouvernements, de ministères de la Santé et de ministres de la Santé analysent les données internationales, constatent ce que font les autres pays et prennent des mesures réglementaires de cet ordre.

À cet égard, ce qu'on observe dans les autres pays ne varie pas beaucoup. Par contre, dans les pays en développement, il y a des pressions opposées qui se font sentir, car la publicité sur des affiches ou à la télévision est encore permise, les salaires à la hausse permettent à plus de gens de se payer des cigarettes et la population est moins au courant que les Canadiens des effets du tabagisme sur la santé.

Ces pressions contribuent au tabagisme. Il se peut que dans ces pays, des mises en garde sur les emballages puissent réduire le taux de tabagisme à des niveaux qui seraient impossibles à atteindre autrement. La croissance du tabagisme serait ralentie. Les circonstances sont différentes dans chaque pays.

•(1635)

**La présidente:** Merci beaucoup, monsieur Gill.

C'est à vous, monsieur Morin.

[Français]

**M. Dany Morin:** Ma question est pour M. Clayton.

Je comprends parfaitement que vous auriez préféré, M. Haslam et vous, avoir un délai de douze mois pour vraiment changer vos pratiques.

Par contre, votre industrie est très lucrative et vos bénéfices sont énormes. Vous avez sûrement les ressources financières pour investir

dans le processus manufacturier et ainsi accélérer la cadence afin, justement, de vous soumettre au délai de six mois.

**Mme Caroline Ferland:** Me permettez-vous de répondre à sa place?

En fait, il y a deux composantes essentielles afin de pouvoir se conformer à temps à un règlement comme celui-là.

Premièrement, on doit produire et acheter les matériaux d'emballage qui vont porter les avis de santé. C'est la composante au sujet de laquelle M. Haslam est venu témoigner aujourd'hui. C'est une partie importante du processus pour nous. Le résultat dépend beaucoup de l'échéancier que nos fournisseurs, comme M. Haslam, peuvent nous donner.

Deuxièmement, une fois qu'on a nos matériaux d'emballage, on peut les utiliser dans nos usines pour produire des paquets de cigarettes dont les emballages seront dorénavant conformes.

On nous a déjà posé la question de savoir si on pourrait se conformer à temps au règlement en y consacrant toutes les ressources financières. La question s'adresse davantage à M. Haslam, parce que cela dépend beaucoup du moment où les fournisseurs peuvent nous fournir les matériaux d'emballage conformes.

Comme il vous l'expliquait tout à l'heure — et peut être qu'il voudra ajouter quelque chose —, acheter les machines et former les gens afin de satisfaire aux exigences dans un délai plus court n'est pas qu'une question d'argent. Le problème est plutôt, comme il nous l'expliquait, que la formation est d'une durée de trois ans.

Donc, il s'agit davantage de ressources et de spécialisation des ressources que d'argent, dans le moment.

**M. Dany Morin:** J'ai une courte question.

Pourrais-je aller jusqu'à dire que c'est un peu par manque de planification de votre part si vous n'avez pas prévu le coup? On sait que depuis de nombreuses années, le Canada investit de plus en plus d'argent dans la lutte contre le tabagisme.

Donc, ne devez-vous pas porter une part de blâme en raison d'un manque de planification?

**Mme Caroline Ferland:** Encore une fois, je vais renchérir sur des commentaires que M. Haslam faisait un peu plus tôt aujourd'hui.

Il est certain qu'on savait que des projets de règlement semblables étaient à l'étude. Vous nous demandez si on avait prévu le coup. Je vous avoue qu'on a essayé de commencer à faire du travail. Étant confrontés à un échéancier potentiel de six mois, ce qui représente un gros défi pour nous, on a essayé de commencer à faire du travail dans la mesure du possible.

La première question que vous posiez est de savoir s'il est normal qu'une industrie doive commencer à faire du travail même avant qu'une loi soit en place. Mettons ça de côté pour l'instant.

Il faut aussi dire que, même si on veut commencer à faire du travail, l'outil essentiel pour nous permettre de fabriquer ces matériaux d'emballage est ce qu'on appelle le *source document*. En fait, c'est le cartable que vous avez devant vous et qui contient les nouveaux avis de santé.

On a besoin non seulement d'une copie papier comme celle que vous avez — on l'a déjà reçue —, mais aussi du format électronique contenant des fichiers de type très spécialisé et sophistiqué, de sorte que M. Haslam puisse l'utiliser.

Alors, même si on essaie déjà de se préparer pour en faire le plus possible, tant que ce *source document* en format électronique ne sera pas mis à notre disposition, on ne pourra malheureusement pas entamer la partie la plus difficile du processus.

**M. Dany Morin:** J'ai une dernière brève question à vous poser. J'essaie de trouver une solution à votre problème.

Hormis M. Haslam, y a-t-il d'autres fournisseurs qui pourraient vous aider au moins à court terme, idéalement au Canada mais partout dans le monde, à respecter les délais? Y a-t-il de nouveaux fournisseurs qui pourraient vous aider à cet égard?

**Mme Caroline Ferland:** M. Haslam a abordé cette question à plusieurs reprises aujourd'hui. Pour lui, il n'existe pas d'autres fournisseurs canadiens. Pour notre part, nous confions toutes nos affaires à SGS, la compagnie représentée par M. Haslam. Si ce dernier veut arriver à nous fournir les produits à l'intérieur des délais, il nous explique qu'il va devoir externaliser en partie à l'extérieur du Canada. Il n'y a pas d'autres fournisseurs canadiens avec lesquels nous pouvons travailler.

Il est également important de mentionner que la compagnie représentée aujourd'hui par M. Haslam fournit ces services non seulement à nous, Imperial Tobacco Canada, mais également à JTI et à RBH. Tous les trois, nous formons les trois principales compagnies de tabac au Canada. C'est la quasi-totalité du marché légal.

• (1640)

[Traduction]

**La présidente:** Merci beaucoup.

Nous terminerons cette ronde avec M. Strahl.

**M. Mark Strahl (Chilliwack—Fraser Canyon, PCC):** Merci.

Ma question s'adresse à M. Haslam. Votre entreprise occupe quelle part de l'ensemble du secteur canadien de l'emballage de cigarettes? Selon vous, quel pourcentage des paquets de cigarettes imprimez-vous?

**M. David Haslam:** Nous n'imprimons rien. Nous fournissons l'équipement aux imprimeurs. Je dirais que nous approvisionnons probablement 98 p. 100 du secteur légal des produits du tabac.

**M. Mark Strahl:** Ce que le comité devrait comprendre, d'après vous, c'est qu'il n'existe aucune autre capacité au Canada qui pourrait s'ajouter à celle de votre entreprise pour satisfaire aux exigences.

**M. David Haslam:** Il n'y a pas vraiment d'autre capacité. Il y a quatre ateliers de gravure au Canada, et le nôtre est le plus important. Nous gravons environ 90 p. 100 des cylindres au Canada. Les trois autres entreprises se spécialisent dans les revêtements muraux, les revêtements de planchers, les toiles de piscines ou les impressions décoratives. Elles ne font pas vraiment d'emballages haut de gamme comme nous.

**M. Mark Strahl:** Changeons un peu de sujet. Monsieur Cunningham, qu'est-ce que vos études révèlent quant à la durée de vie de ces mises en garde illustrées? Combien de temps sont-elles efficaces avant que les gens commencent à ne plus les remarquer? À quelle fréquence devraient-elles être changées pour qu'elles conservent leur efficacité, selon votre organisme?

**M. Rob Cunningham:** Idéalement, il faudrait une nouvelle série tous les deux ans, environ, dans ces eaux-là. Il n'y a pas de réponse claire, car les consommateurs ne réagissent pas tous de la même façon. Il y a toujours de nouveaux jeunes et de nouveaux Canadiens exposés à ces mises en garde pour la première fois. De même, si vous, votre femme ou votre fille tombez enceinte, vous regardez les vieilles mises en garde d'un tout autre oeil. Cet événement qui

change votre vie peut soudainement, à vos yeux, donner une nouvelle force à la mise en garde.

De plus en plus de pays renouvellent leurs mises en garde après 12 mois, 18 mois, deux ans, deux ans et demi, etc.

**M. Mark Strahl:** En ce qui concerne la documentation que nous avons reçue d'avance, une chose qui m'a frappé est l'affirmation d'Imperial Tobacco voulant que l'augmentation de la taille de la mise en garde incite des consommateurs à acheter des produits de contrebande. J'aimerais que les représentants d'Imperial Tobacco nous en parlent pour m'aider à comprendre. Sont-ils d'avis que la réduction de la taille des mises en garde pourrait réduire la contrebande de produits du tabac?

Peut-être que M. Cunningham voudra lui aussi aborder ce sujet

[Français]

**Mme Caroline Ferland:** Pour répondre à votre question, j'aimerais toucher à deux aspects. Le premier, c'est celui que nous soulevons. Nous faisons face de nos jours à une concurrence assez importante de la part du commerce illicite au Canada. Augmenter les avis de santé, cela laisse de moins en moins de place sur nos paquets pour communiquer aux gens, aux adultes qui choisissent de fumer, les informations relatives aux cigarettes qu'ils veulent acheter. C'est dans ce sens que cela peut d'abord contribuer à inciter certaines de ces personnes à diminuer la valeur qu'ils voient dans la raison pour laquelle elles achèteraient une cigarette légale plutôt qu'une cigarette illégale.

Il y a un autre impact qui peut conduire les gens à se tourner vers le commerce illicite. C'est le fait que moins nous disposons d'espace sur nos paquets pour concurrencer nos compétiteurs afin d'inciter les consommateurs à choisir nos marques plutôt que celles de nos compétiteurs, plus nous sommes forcés de concurrencer sur l'aspect du prix. Quand on diminue le prix, on va à l'encontre d'une des politiques énoncées par Santé Canada dans sa stratégie contre le tabac. Peu importe de combien on diminue le prix, on ne sera jamais capable de concurrencer le commerce illégal: les consommateurs ayant recours à celui-ci ne payant pas de taxes, le prix est vraiment trop différent.

• (1645)

[Traduction]

**M. Rob Cunningham:** La contrebande est clairement un problème important. On a recommandé des mesures pour lutter contre ce fléau.

Je n'accepte pas l'argument d'Imperial Tobacco selon lequel les mises en garde favoriseraient la contrebande.

Le problème concerne les sources d'approvisionnement. Il est intéressant de souligner que l'Ontario et le Québec ont les plus faibles taxes sur le tabac au Canada, mais les plus gros problèmes de contrebande. Pourquoi? C'est à cause de la proximité de l'approvisionnement, les fabriques illégales situées dans une poignée de réserves des Premières nations du Québec, de l'Ontario et du côté américain, comme Akwesasne, près de Cornwall. Comparativement, dans des provinces comme l'Alberta et la Colombie-Britannique, le taux de contrebande est très faible, mais les produits du tabac sont beaucoup plus taxés. C'est une question complexe à bien des égards, mais qui dépend de la source d'approvisionnement.

**La présidente:** Merci, monsieur Cunningham.

La ronde de questions est terminée. Merci beaucoup à tous les témoins.

Mme Fry aimerait poser une question rapide. Bien que M. Williamson soit le prochain sur la liste, le comité accorde-t-il une minute à Mme Fry?

**L'hon. Hedy Fry:** Non, ce n'est pas la peine.

**La présidente:** Nous pouvons continuer?

**L'hon. Hedy Fry:** Oui.

**La présidente:** Je remercie donc énormément les témoins d'avoir comparu devant notre comité et d'avoir partagé leur savoir avec nous. Nous l'apprecions beaucoup.

La séance est suspendue pour deux minutes, après quoi j'inviterai les représentants de Santé Canada à faire leur présentation.

- \_\_\_\_\_ (Pause) \_\_\_\_\_
- 
- (1650)

**La présidente:** Je souhaite la bienvenue aux représentants de Santé Canada. Nous sommes très heureux de vous accueillir cet après-midi pour entendre votre présentation et vous poser quelques questions.

Il y a Hilary Geller, sous-ministre adjointe de la Direction générale de la santé environnementale et de la sécurité des consommateurs. Bienvenue.

Il y a aussi Cathy Sabiston, directrice générale de la Direction des substances contrôlées et de la lutte au tabagisme de la Direction générale de la santé environnementale et de la sécurité des consommateurs, et Louis Proulx, directeur intérimaire de la Direction des substances contrôlées et de la lutte au tabagisme de la Direction générale de la santé environnementale et de la sécurité des consommateurs. Bienvenue à vous deux.

Vous avez 10 minutes pour faire votre présentation. Qui veut commencer? Un de vous peut prendre la parole.

Allez-y, madame Geller.

**Mme Hilary Geller (sous-ministre adjointe, Direction générale, santé environnementale et sécurité des consommateurs, Santé Canada):** J'y vais.

Merci, madame la présidente.

Nous vous sommes gré de l'invitation à prendre la parole devant le comité permanent pour parler de la réglementation de Santé Canada concernant l'étiquetage des produits du tabac.

Santé Canada s'est engagé à venir en aide aux cinq millions de Canadiens et de Canadiennes qui fument encore en tentant de les convaincre d'abandonner leur habitude. Nous savons que la consommation du tabac est responsable de quelque 37 000 morts prématurées chaque année au Canada et qu'elle cause des maladies chroniques, comme le cancer du poumon et des maladies cardiovasculaires. Nous savons également que les étiquettes de mise en garde qui apparaissent sur les emballages des produits du tabac sont un des moyens les plus efficaces pour avertir les fumeurs des dangers auxquels ils s'exposent en fumant. Les études montrent toutefois que les messages actuels, qui sont en usage depuis 2000, ont atteint leur efficacité maximale.

En décembre dernier, la ministre de la Santé a annoncé des modifications réglementaires visant à autoriser de nouvelles mises en garde plus imposantes sur les paquets de cigarettes et de petits cigares. Ces mises en garde comprennent également un numéro sans frais d'une ligne d'aide au renoncement du tabac. En février 2011, le ministère a publié les règlements proposés dans la partie I de la *Gazette du Canada*, et la ministre a déposé les règlements devant la

Chambre des communes Le 9 juin. Ces règlements sont: premièrement, le projet de Règlement sur l'étiquetage des produits du tabac (cigarettes et petits cigares); deuxièmement, le projet de Règlement modifiant Le Règlement sur l'information relative aux produits du tabac; et troisièmement, le projet de Règlement sur la promotion des produits du tabac et des accessoires (termes interdits).

• (1655)

[Français]

Permettez-moi de vous présenter un bref aperçu des règlements en question.

[Traduction]

Le Canada a été le premier pays à exiger que des mises en garde illustrées apparaissent sur les emballages des produits du tabac lorsqu'il a adopté le Règlement sur l'information relative aux produits du tabac, en 2000. Or, les études réalisées depuis lors nous montrent que des mises en garde illustrées plus imposantes seraient davantage susceptibles d'attirer l'attention, qu'elles communiqueraient mieux l'information sur les risques pour la santé, qu'elles susciteraient une réaction émotionnelle plus vive et qu'elles inciteraient davantage les fumeurs à abandonner le tabac.

Je vais aborder tout d'abord le règlement proposé sur l'étiquetage des cigarettes et petits cigares. Ce règlement exige que les mises en garde couvrent 75 p. 100 de la face avant et arrière des paquets, comparativement au 50 p. 100 actuel. Le règlement prévoit 16 nouvelles mises en garde percutantes qui permettront de communiquer un large éventail de messages. Par exemple, on pourra voir des mises en garde au sujet de maladies liées au tabagisme dont on n'a pas encore parlé, comme le cancer de la vessie et la dégénérescence maculaire liée au vieillissement. En outre, on pourra lire, pour la première fois, les témoignages de personnes qui ont souffert des méfaits du tabac, comme Barb Tarbox.

[Français]

Il y aura également huit nouveaux messages santé placés à l'intérieur du paquet et quatre énoncés plus faciles à comprendre qui donneront des renseignements sur les émissions toxiques des produits du tabac.

[Traduction]

Les modifications apportées au dessin des messages d'information sur la santé attireront davantage l'attention des fumeurs et les encourageront à lire l'information. Les quatre énoncés sur les émissions toxiques présenteront de l'information claire, concise et facile à comprendre au sujet des substances toxiques présentes dans la fumée du tabac, et ils apparaîtront sur le côté des paquets de cigarettes et de petits cigares. Les études montrent qu'il est important d'avoir à la fois des messages positifs et négatifs afin de motiver l'adoption de nouveaux comportements. Cette approche équilibrée permettra de communiquer de l'information sur les méfaits du tabagisme, mais aussi sur les bienfaits liés au fait de ne pas fumer.

[Français]

Les nouvelles étiquettes proposées indiqueront également un numéro sans frais d'une ligne pancanadienne d'aide ainsi que l'adresse d'un portail qui renseignera les fumeurs sur les services qui leur sont offerts pour les aider à renoncer au tabac.

[Traduction]

Santé Canada travaille en collaboration avec ses homologues des provinces et des territoires à l'établissement de cette ligne d'aide et du portail, qui dirigeront automatiquement et rapidement les fumeurs vers les services offerts dans leur province.

J'aimerais dire un mot au sujet de la question soulevée par M. Clayton. L'inclusion des mots « au moins 75 p. 100 » rend le projet de règlement conforme à la réglementation actuelle, qui stipule « au moins 50 p. 100 ». Je tiens à assurer au comité que cela ne modifie en rien les exigences définies dans la Loi sur le tabac pour tous les règlements déposés devant la Chambre.

Santé Canada propose également le Règlement modifiant le Règlement sur l'information relative aux produits du tabac. Le règlement actuel stipule l'information qui doit figurer sur les emballages de produits du tabac destinés à la vente au détail au Canada. Il est proposé que le règlement actuel cesse de s'appliquer aux cigarettes et aux petits cigares, lesquels seront dorénavant réglementés par le nouveau Règlement sur l'étiquetage des produits du tabac. De plus, il ne sera plus nécessaire d'indiquer des valeurs numériques au sujet des émissions toxiques, valeurs que beaucoup de fumeurs trouvent peu compréhensibles. Les autres modifications proposées viendront corriger des lacunes d'ordre administratif qui ont été relevées par le Comité mixte permanent d'examen de la réglementation.

Le troisième règlement proposé est le Règlement sur la promotion des produits du tabac et des accessoires (termes interdits). Ce règlement interdirait l'emploi des descripteurs « léger » et « douce » et de termes apparentés sur divers produits du tabac, leur emballage, dans la réclame, sur les supports publicitaires des commerces de détail et sur les accessoires des produits du tabac.

Ce dernier règlement viendrait renforcer l'entente conclue en 2006 et 2007 par le Bureau de la concurrence avec neuf cigarettiers représentant environ 98 p. 100 du marché canadien, lesquels ont librement consenti à retirer les termes en question de leurs produits et de leurs emballages. Il serait désormais interdit d'utiliser ces termes sur tous les produits visés.

[Français]

Santé Canada a consulté la population canadienne sur ces trois règlements dans le cadre du processus réglementaire.

[Traduction]

À la suite d'une période de commentaires de 75 jours, nous avons reçu des réponses de 54 organisations allant d'entreprises de produits du tabac et de détaillants à des organisations gouvernementales vouées à la santé et des membres du grand public. Santé Canada a tenu compte des réponses qui lui ont été communiquées et les a intégrées, le cas échéant, afin d'accroître l'efficacité des messages relatifs à la santé et de faciliter leur mise en application. Ainsi, Santé Canada a modifié certaines couleurs de police de caractère et la disposition du numéro de la ligne d'aide sans frais afin d'en améliorer la lisibilité. Vous remarquerez que la police de caractère apparaît maintenant en jaune sur fond noir. Nous avons également modifié certaines images afin que les messages relatifs à la santé soient davantage représentatifs de la diversité de la société canadienne. Des modifications techniques, telles que le traitement des couleurs, ont été également introduites afin de faciliter le travail d'exécution et d'impression des emballages par les fabricants.

Les règlements qui vous sont soumis s'inspirent des succès de la Loi restreignant la commercialisation du tabac auprès des jeunes et proposent des modifications à l'emballage des produits du tabac qui serviront de complément aux mesures d'abandon et de prévention déjà en cours et aux nouvelles mesures qui seront adoptées dans l'avenir. Ils formeront un volet important d'une démarche intégrée de lutte contre le tabac.

● (1700)

[Français]

Je vous remercie. Mes collègues et moi-même nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

[Traduction]

**La présidente:** Merci beaucoup.

Avec la permission du comité, nous allons faire une ronde de questions. Je crois que nous commençons à être à court de questions et à nous répéter quelque peu.

Avec la permission du comité, nous allons faire une ronde de questions, avec des représentants de chaque parti. D'accord?

**Des voix:** D'accord.

**La présidente:** Parfait. La durée reste la même, soit sept minutes.

Madame Davies, vous avez la parole.

**Mme Libby Davies:** Je remercie les représentants de Santé Canada d'être venus aujourd'hui et de tout leur travail dans ce dossier des plus importants. Je souligne que notre ancienne collègue, Mme Judy Wasylycia-Leis, a déjà présenté un projet de loi d'initiative parlementaire sur ce sujet. Elle avait travaillé très fort. Je sais qu'elle serait très heureuse de voir que les choses progressent.

Pour ma part, ce que nous venons d'entendre soulève encore plus de questions. J'étais donc loin d'être à court.

M. Cunningham nous a dit que ces mises en garde devraient être renouvelées tous les deux ans environ. La dernière série remonte à 2000; les mises en garde sont donc les mêmes depuis 11 ans. Quel est le plan pour l'avenir? Est-ce que Santé Canada va mettre ces mises en garde à jour régulièrement? Est-ce que cela fait partie de la réglementation? J'aimerais que vous nous en parliez.

Une autre chose me préoccupe. C'est peut-être une idée farfelue, mais beaucoup d'adolescents achètent des étuis décoratifs pour leur cellulaire. Nous savons que la visibilité des mises en garde est très importante. Et si un brillant entrepreneur avait l'idée géniale de commercialiser un genre de pochette à glisser sur les paquets de cigarettes? Serait-il illégal de fabriquer et de distribuer un article de ce genre étant donné qu'il servirait à cacher une mise en garde de santé obligatoire en vertu de la réglementation? Je ne sais pas si quelqu'un y a déjà pensé, mais cela me préoccupe.

Sur le plan de la fabrication, on nous a dit qu'il y a des problèmes avec les échéances. J'imagine que les fabricants de produits du tabac, s'ils ne peuvent pas respecter la date butoir, pourraient décider de procéder par étapes. Ils ont de nombreuses marques de cigarettes; ils pourraient faire en sorte que leurs marques les plus populaires — si j'ose dire — soient conformes et retirer les autres marques du marché en attendant. Rien ne les empêche de procéder ainsi dans la réglementation, si j'ai bien compris.

**Mme Hilary Geller:** Merci, madame la présidente.

En ce qui concerne la première question à propos du renouvellement des mises en garde, nous avons un système assez fiable qui nous permet d'évaluer l'efficacité des nouveaux messages. Évidemment, 10 ou 11 ans, ce n'est pas l'idéal, nous le reconnaissons. Notre intention cette fois-ci est de les renouveler au bout de quatre ans.



Pour ce qui est des pochettes, on m'informe qu'un étui vendu séparément ne serait pas couvert par la réglementation sur les produits du tabac. Il ne serait donc pas illégal de vendre un produit servant à couvrir un paquet de cigarettes.

Concernant un processus par étapes pour les fabricants, je pourrais peut-être demander à ma collègue...?

**Mme Libby Davies:** Nous devons vraiment être vigilants à cet égard. Si quelqu'un a inventé un nouveau produit — un petit étui décoratif avec de jolis motifs, par exemple — dans le but de contourner la réglementation, c'est la raison d'être même des mises en garde qui serait attaquée. Est-ce que Santé Canada va suivre la situation de près?

• (1705)

**Mme Hilary Geller:** Nous allons certainement ouvrir l'oeil. Nous allons aussi faire enquête pour voir si cela s'est déjà fait ailleurs, comment le problème a été réglé le cas échéant et ce que nous pourrions faire ici si une telle chose se produisait.

**Mme Cathy A. Sabiston (directrice générale, Direction des substances contrôlées et de la lutte au tabagisme, Direction générale, santé environnementale et sécurité des consommateurs, Santé Canada):** J'ajouterais que le contrôle des produits du tabac au Canada ne se limite pas aux messages de mise en garde. Nous avons la chance d'avoir pu collaborer avec les provinces et territoires pour interdire l'étalage chez les détaillants. Comme vous le savez, les produits du tabac sont cachés à la vue des jeunes.

Ces deux mesures vont de pair. Santé Canada s'intéresse toujours à l'emballage. Nous surveillons le marché après que les mises en garde sont affichées. Nous avons la chance de compter sur des inspecteurs qui nous disent ce qui se passe sur le terrain dans tout le pays. Je suis en constante communication avec nos collègues, qui nous tiennent au courant des innovations, ce qui est très utile.

Votre troisième question portait sur un processus par étapes. La dernière fois que nous avons mis en oeuvre un tel programme, nous avons procédé un peu comme cela. Comme l'a souligné M. Clayton, l'industrie préfère une période de mise en oeuvre unique et égale pour tous sur le plan de la concurrence. Pendant les consultations, les opinions divergeaient au sein de l'industrie, et on a déterminé qu'il serait préférable de s'en tenir à une seule date de mise en oeuvre.

**Mme Libby Davies:** Si les fabricants ont de la difficulté, ils pourraient le faire volontairement. Ils pourraient retirer certaines marques du marché jusqu'à ce qu'ils soient prêts à se conformer à la réglementation.

**Mme Cathy A. Sabiston:** Ils pourraient travailler sur différentes marques à différents moments jusqu'à la date butoir.

**Mme Libby Davies:** Oui.

D'accord.

**La présidente:** Vous voulez ajouter quelque chose, monsieur Proulx?

**M. Louis Proulx (directeur intérimaire, Direction des substances contrôlées et de la lutte au tabagisme, Direction générale, santé environnementale et sécurité des consommateurs, Santé Canada):** J'ajouterais à ce qu'a dit Cathy que les fonctionnaires de Santé Canada ne font habituellement pas de commentaires sur les stratégies des fabricants de produits du tabac. Ce sont leurs affaires.

**La présidente:** Merci, madame Davies.

Je laisse la parole à M. Williamson.

**M. John Williamson (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, PCC):** Merci beaucoup, et merci aux témoins d'être venus aujourd'hui.

Je vais commencer par vous demander quel genre de consultations vous avez menées auprès de l'industrie à propos de la période de six mois. M. Haslam nous a expliqué qu'il sera très difficile de se conformer à cette exigence. Je ne lui ai pas posé de question directement, mais il me semble qu'il est question d'emplois dans un secteur manufacturier de haute technologie, et je le comprends lorsqu'il dit que l'industrie va tout faire en six mois si le gouvernement l'y oblige, mais qu'il faudra faire affaire avec des entreprises étrangères pour y parvenir. Il semble que ce pourrait être ailleurs qu'aux États-Unis.

J'aimerais savoir ce que vous en pensez et si vous voyez une solution qui n'aurait pas été mentionnée par les témoins du groupe précédent.

**Mme Cathy A. Sabiston:** Je vais commencer et je vais demander à Louis de préciser le nombre de réunions. Je ne voudrais pas me tromper.

Il est assez clair que les règlements originaux proposaient la période de six mois pour les fabricants, plus trois mois pour les détaillants. Au Canada, les trois grands cigarettiers — JTI-Macdonald, RBH et Imperial — sont associés à certaines des plus grosses multinationales du monde. Ces multinationales vendent 2,3 billions de cigarettes par année partout dans le monde, et leurs ventes totalisent 100 milliards de dollars. Le marché canadien est plus petit, mais ces multinationales ont déjà mis en application les mises en garde pour la santé sur les paquets de cigarettes dans 40 pays. Cela est entré en ligne de compte dans notre processus décisionnel.

**M. John Williamson:** Merci. Évidemment, l'économie est mondialisée, et je comprends que vous n'avez pas élaboré de stratégie visant à conserver ces emplois au Canada. Le gouvernement parle sans cesse, et avec raison, des difficultés économiques auxquelles nous devons faire face, et voici des emplois dans le secteur manufacturier et des entreprises qui regardent leur prix sur le marché mondial. Cela vous importe peu que ces emplois soient au Canada — ou en Chine, peu importe —, en autant que la réglementation entre en vigueur à la date prévue.

**Mme Hilary Geller:** Après avoir mené des consultations, nous avons établi des périodes de six et neuf mois. Nous devons évidemment trouver l'équilibre entre notre désir de mettre en circulation les mises en garde aussitôt que possible — puisque plus elles arrivent rapidement, plus elles ont un effet bénéfique sur la santé publique — et ce qui est faisable.

Je vais demander à mon collègue, M. Proulx, d'approfondir le sujet, car il a participé directement à l'élaboration des règlements. Pour déterminer ce qui était faisable, nous nous sommes fiés à notre expérience récente avec le projet de loi C-32, Loi restreignant la commercialisation du tabac auprès des jeunes, qui prévoyait aussi des périodes de transition de six et neuf mois. En l'occurrence, tout s'était bien passé et le taux de conformité était bon.

Nous avons également tenu compte de ce que Cathy vient de mentionner, à savoir l'expérience que possèdent ces multinationales avec l'application de règlements de ce genre. Elles ont déjà dû se conformer à des exigences semblables dans près de 40 pays. Nous avons donc trouvé le juste milieu entre ce qui est faisable et la période de transition la plus courte possible.

M. Proulx pourra entrer dans les détails du nombre de commentaires que nous avons reçus. Je crois que vous avez aussi parlé de la nécessité de tenir des discussions avec l'industrie.

• (1710)

**M. Louis Proulx:** Depuis la publication de la *Gazette du Canada*, le 19 février, nous avons tenu deux réunions avec des représentants des fabricants de produits du tabac au sujet précisément de la période de mise en oeuvre. Toutes les questions soulevées aujourd'hui l'ont aussi été lors de ces réunions. Nous les avons écoutés et avons discuté à l'interne pour trouver le juste milieu entre ce qu'ils nous ont dit et les bienfaits pour la santé publique que ces règlements sur l'emballage vont avoir.

Nous sommes conscients des préoccupations des fournisseurs canadiens, mais nous croyons qu'il s'agit plus d'une question de capacité d'un fournisseur unique de satisfaire à une demande accrue que d'une question de pertes d'emplois. Les fabricants de produits du tabac sont responsables de gérer leurs relations avec leurs fournisseurs au Canada et ailleurs dans le monde. Comme on l'a dit plus tôt, ce sont d'énormes entreprises qui ont déjà réussi à se plier aux exigences en matière d'emballage dans près de 40 pays.

En terminant, j'ajouterais que tout cela est conforme aux lignes directrices sur la mise en oeuvre de la Convention-cadre pour la lutte antitabac.

**M. John Williamson:** Madame la présidente, je dispose de combien de temps?

**La présidente:** Environ une minute.

**M. John Williamson:** Je crois que votre annonce était malavisée. Je crois que c'était une erreur de voir cela comme un marché mondial alors que, partout dans le monde, les gouvernements se préoccupent de la création d'emplois chez eux.

Par exemple, vous avez parlé d'une période antérieure de six mois, mais je me demande si vous avez tenu compte des pertes d'emploi mentionnées par M. Haslam et si cela faisait partie de votre évaluation de ce qui avait bien fonctionné. Je répète que je comprends que les entreprises peuvent externaliser leurs activités, mais je crois que nous tentons d'éviter cela au maximum au Canada, surtout lorsqu'il est question de bons emplois dans le secteur manufacturiers, comme ceux-là.

**Mme Hilary Geller:** Le processus réglementaire exige entre autres que nous préparions un REIR, ou résumé de l'étude d'impact de la réglementation. Ce REIS tenait compte des coûts et des avantages. M. Proulx pourra expliquer ce que l'analyse a démontré à cet égard.

**M. Louis Proulx:** Selon le REIS, les pertes d'emplois seraient minimales, étant donné que, lorsque les règlements concernant l'emballage entreront en vigueur, les pertes d'emploi seront minimales — de l'ordre de quatre à dix, si je me souviens bien.

**M. John Williamson:** Vous voulez dire de quatre à dix emplois?

**M. Louis Proulx:** Entre quatre et dix emplois perdus sur dix ans, surtout en raison des baisses des profits. Ces règlements entraîneraient la disparition de certains postes, en raison de la contraction du marché, ce qui est le but visé. Nous voulons qu'il y ait moins de fumeurs et que les fumeurs fument moins.

**La présidente:** Merci infiniment.

C'est à vous, madame Fry.

**L'hon. Hedy Fry:** Merci beaucoup, madame la présidente.

Je crois que M. Proulx a laissé où je voulais commencer. L'objectif est de faire en sorte que les emplois dans le secteur du tabac vont

diminuer avec le temps. Quand on pense que 35 000 à 37 000 personnes meurent par année à cause de cette drogue qu'est la nicotine et de tous les autres sous-produits de la cigarette, nous ne voulons certainement pas que ce secteur soit florissant. Nous ne voulons pas qu'il connaisse une croissance et nous ne voulons pas que les gens fument, point final.

Je voulais vous poser une question sur le gros problème soulevé par M. Haslam concernant le temps qu'il lui faudrait pour se conformer aux exigences et son affirmation voulant que la période prévue soit trop courte. Vous avez dit que des modifications techniques, comme le traitement de la couleur, ont été faites pour faciliter l'impression des emballages par les fabricants, alors manifestement, vous avez réfléchi à votre capacité de vous conformer au règlement dans le délai prescrit. Je n'arrive pas à croire que l'industrie ne peut pas respecter ce délai. Si ces emplois devaient être exportés, je crois qu'il vaudrait la peine d'exporter quatre à huit emplois vers le Brésil pour qu'une autre entreprise qui a déjà fait cela s'en charge. Comme je l'ai dit, je veux comme vous que cette industrie disparaisse.

Vous ne voudrez sûrement pas répondre, mais comme vous le savez, l'Australie a banalisé les emballages des produits du tabac. Quand je travaillais pour l'Association médicale canadienne, nombre d'entre nous étudiaient la question de la banalisation comme une des options. Est-ce que quelqu'un a réfléchi à cette solution?

Je sais que l'Association médicale canadienne étudie cela depuis longtemps et l'a déjà recommandé à des comités de la santé par le passé. Y avez-vous réfléchi?

• (1715)

**Mme Cathy A. Sabiston:** L'adoption par le Canada des mises en garde couvrant 75 p. 100 des emballages est une première étape primordiale. Le gouvernement de l'Australie a annoncé que son initiative de banalisation des paquets de produits du tabac allait être mise en oeuvre. Les emballages banalisés, comme vous le savez, ne comportent aucune couleur ni aucune marque.

Selon une étude sur les emballages au Canada réalisée en 2009 pour Santé Canada par Créatec, la plupart des avantages qu'on pourrait obtenir en attirant l'attention sur les messages de mise en garde pour la santé en banalisant les emballages pourrait être obtenus en grossissant la taille des mises en garde. Le rapport cité par Rob Cunningham parlait de tests au moyen de mises en garde couvrant 100 p. 100 de la surface.

Le Canada va surveiller de près les résultats en Australie. Nous espérons que les autorités australiennes vont évaluer l'efficacité de leur mesure et nous feront part de leurs conclusions. Nous avons besoin de données pour envisager cela comme option viable.

**L'hon. Hedy Fry:** J'aimerais revenir sur la question de Mme Davies à propos d'une nouvelle technologie. C'est ce qu'on appelle un étui porte-cigarettes. Les gens s'en servaient à une autre époque. Ils achetaient leurs cigarettes et les mettaient dans un étui porte-cigarettes. Ces gens ne verraient donc pas les mises en garde sur les emballages.

Je crois que les gens feront bien ce qu'ils voudront, mais il est important que le message soit visible lorsqu'ils achèteront leurs cigarettes.

Je n'ai pas d'autre question, madame la présidente.

**La présidente:** Merci, madame Fry.

C'est le tour de M. Strahl.

**M. Mark Strahl:** Merci.

L'emballage est évidemment un élément clé. Je crois que Mme Fry a dit que le comité et la plupart des Canadiens souhaitent que cette industrie disparaisse. Ils veulent moins de fumeurs. Quel est le lien entre cela et certains autres éléments? J'ai remarqué que, lors des discussions précédentes sur ce sujet en décembre dernier, on a parlé d'une approche intégrée, d'une stratégie globale de Santé Canada visant à réduire le nombre de nouveaux fumeurs et à aider ceux qui veulent cesser de fumer.

Pourriez-vous nous parler des autres mesures, en plus de celles qui touchent l'emballage? Nous avons entendu parler des médias sociaux et des médias de masse. Que fait Santé Canada, en plus des mesures touchant l'emballage, pour réduire le nombre de fumeurs?

**Mme Hilary Geller:** Merci pour votre question.

Je suis heureuse de parler d'initiatives que nous avons lancées en vertu de la stratégie fédérale contre le tabac et qui ont connu un certain succès. Il y en a eu d'autres, et toutes les stratégies ont joué un rôle dans la réduction du taux de consommation des produits du tabac, qui est passé de 25 p. 100 lors de la mise en oeuvre de la stratégie à environ 18 p. 100 maintenant.

L'exemple le plus récent est le projet de loi que le Parlement a adopté pour protéger les jeunes en interdisant l'ajout d'arômes et d'additifs dans les petits cigares. Cela commence déjà à donner des résultats positifs.

Les publicités sur les produits du tabac sont limitées à un auditoire adulte. Seuls les envois postaux adressés à un adulte et les affiches placées à des endroits auxquels les jeunes n'ont pas légalement accès sont permis.

Il y a au Canada des interdictions sévères touchant la fumée secondaire. La loi concernant la fumée secondaire en milieu de travail remonte à 1987. Toutes les provinces et tous les territoires ont adopté une loi semblable par la suite. En 2009, 93 p. 100 de tous les Canadiens travaillaient dans un endroit où il était interdit de fumer.

Le taux d'observation de la loi par les détaillants a grimpé en flèche pendant cette période. En effet, près de 85 p. 100 d'entre eux refusent de vendre des cigarettes à des mineurs au Canada, selon nos plus récentes enquêtes.

Enfin, en ce qui a trait aux mises en garde, toutes les évaluations montrent qu'elles constituent un de nos meilleurs outils. On les utilise depuis plus de 10 ans au Canada.

• (1720)

**M. Mark Strahl:** J'ai une autre question au sujet des nouveaux règlements. J'ai discuté aujourd'hui avec quelqu'un qui avait un paquet de cigarettes dans sa poche. Ce n'était pas un paquet rectangulaire, mais plutôt un polyèdre à angles multiples comportant plusieurs faces visibles. Est-ce que les règlements abordent les méthodes créatives qui pourraient servir à contourner les règles?

**Mme Hilary Geller:** Oui. Nous étudions la possibilité de normaliser le format des paquets, mais les règlements ne comportent rien là-dessus précisément.

Louis, vous voulez ajouter quelque chose?

**M. Louis Proulx:** Une des raisons pour lesquelles le document que vous avez entre les mains est si volumineux est que nous avons voulu faire en sorte que la plupart des paquets réguliers soient couverts par la réglementation. S'il fallait apporter des modifications pour couvrir d'autres types de paquets, des dispositions permettent de le faire.

Bien entendu, il existe des formats de paquets que nous n'imaginons même pas et qui pourraient apparaître au cours des quatre prochaines années. Les règlements peuvent être modifiés, mais de façon très limitée, pour veiller à ce que les emballages ne soient pas couverts et que tous les messages apparaissent sur 75 p. 100 de la surface du devant et de l'endos des paquets. Donc oui, nous avons prévu des dispositions pour les paquets de forme inhabituelle.

**M. Mark Strahl:** Merci.

**La présidente:** Merci, monsieur Strahl.

Avec la permission du comité, j'aimerais demander si nous sommes prêts à adopter les règlements sans proposer d'amendement.

Allez-y, madame Davies.

**Mme Libby Davies:** Est-ce que cela peut se faire très vite? Si c'est le cas, nous avons peut-être le temps de poser une dernière question.

**La présidente:** Je crois que nous allons manquer de temps, et je dois tout lire dans les deux...

Il ne nous reste que sept minutes environ. Je demande votre indulgence, si vous le permettez.

Est-ce que ça vous va, madame Davies?

**Mme Libby Davies:** Je ne sais juste pas combien de temps il faudra pour la partie suivante.

**La présidente:** Bien. Je vais essayer de lire la deuxième partie en français, ce qui pourrait prendre un certain temps. Êtes-vous prêts à rester tard ce soir?

**Des voix:** Oh, oh!

**Mme Libby Davies:** Certainement.

**La présidente:** D'accord.

Puis-je procéder? Vous n'allez pas vous tordre de rire?

Si je me fourvoie complètement, vous me le direz en privé.

Alors, voici la version anglaise:

That, pursuant to the Order of Reference of Thursday, June 9, 2011, the Committee, having considered the Proposed Tobacco Regulations, report these regulations without amendment.

[Français]

Voici la lecture que j'en fais en français:

Que, conformément à l'ordre de renvoi du jeudi 9 juin 2011, le Comité, ayant étudié le Projet de règlement sur le tabac, en fasse rapport et ce, sans amendement.

[Traduction]

Et voilà, dans les deux langues officielles.

Plaît-il au comité d'adopter cette motion?

Désolée, il faut que quelqu'un propose la motion.

**Mme Libby Davies:** Je la propose.

**M. Patrick Brown:** J'appuie la motion.

**La présidente:** Tout le monde est d'accord?

Pardon, madame Davies.

**Mme Libby Davies:** J'ai une question. La motion parle de faire rapport à la Chambre. Quand cela se fera-t-il au juste? Je pose la question parce que nous voulons vraiment que cela soit adopté.

**La présidente:** C'est une excellente question.

**Mme Libby Davies:** Je crois que la Chambre pourrait ajourner dès jeudi. Nous ne proposons pas d'amendement; nous voulons donc l'approbation de la Chambre, autrement tout cela n'aura servi à rien.

**La présidente:** La greffière me dit qu'une fois la motion adoptée, tout sera prêt d'ici mercredi, à 15 heures. J'en ferai rapport à la Chambre, avec la permission du comité.

**Mme Libby Davies:** Devrons-nous alors voter à la Chambre, ou est-ce que l'adoption est automatique?

**La présidente:** Non, je ne crois pas.

Devrons-nous voter à la Chambre, monsieur Carrie? Non, nous en faisons seulement rapport à la Chambre.

**Mme Libby Davies:** Vous dites que si nous en faisons rapport à la Chambre, l'affaire est conclue. Je voulais juste m'assurer que rien n'était laissé en plan pour ne pas qu'on se rende compte que nous sommes à court de temps parce que quelqu'un a oublié quelque chose.

• (1725)

**La présidente:** J'ai consulté la greffière et j'apprends qu'il faudra demander le consentement unanime de la Chambre pour que le règlement soit adopté.

**Mme Libby Davies:** Je me disais, aussi.

**La présidente:** Merci d'avoir posé cette question astucieuse.

**Mme Libby Davies:** Pouvons-nous demander à notre présidente d'y voir dès mercredi à la Chambre?

**La présidente:** Je le ferai sans faute.

**Mme Libby Davies:** Cela se passe habituellement pendant les affaires courantes, après la période des questions. Si nous pouvons le faire mercredi et s'il est clair que les membres du comité ont donné leur appui, il ne devrait pas y avoir de problème et le consentement unanime sera accordé.

**La présidente:** Il faut parler aux whips pour obtenir le consentement. Pourrez-vous leur en parler?

**Mme Libby Davies:** Oui, nous le ferons.

**La présidente:** Allez-y, madame Fry.

**L'hon. Hedy Fry:** J'aimerais avoir un plan B. Et si la Chambre ajournait à midi ou à 14 heures mercredi et qu'il n'y avait pas de période des affaires courantes ce jour-là? Y a-t-il un plan B pour demain?

**La présidente:** Si les greffiers peuvent tout préparer, je le ferai demain avec plaisir.

**L'hon. Hedy Fry:** Je propose que cela se fasse demain, si possible. J'ai déjà travaillé avec une greffière de comité extraordinaire qui sortait chaque fois un lapin de son chapeau. Elle préparait tout en 24 heures.

**La présidente:** Vous avez une passion pour les lapins et les chapeaux?

La greffière me dit que demain matin, c'est trop tôt. Il faudrait procéder par consentement unanime.

Pouvez-vous nous expliquer, s'il vous plaît?

[Français]

**Mme Marie-France Renaud (greffière à la procédure):** Comme les affaires courantes sont à 10 heures, demain matin, il faudrait avoir le consentement unanime de la Chambre pour que ce soit déposé plus tard dans la journée, si on veut que ce soit fait demain. Pour en faire le dépôt à 10 heures, demain matin, il faudrait procéder un peu trop rapidement. En revanche, ça peut être fait demain après-midi, s'il y a consentement unanime.

[Traduction]

**La présidente:** Vous dites que c'est trop tôt. Je ne sais pas quand la Chambre va ajourner, mais je pense qu'il est hautement improbable que ce soit mercredi. Nous allons procéder aussi rapidement que possible. Si nous pouvons le faire avant, tant mieux, mais je pense sincèrement que le dépôt se fera mercredi à 15 heures. Si vous voulez bien parler à vos whips, je ferai un suivi pour assurer le consentement unanime. Je veillerai à ce que tout se déroule sans anicroche.

Donc, nous procédons ainsi? Qu'en pensez-vous, monsieur Carrie? Ça va.

Que tous ceux qui sont en faveur de la motion sans amendement veuillent bien lever la main...

**M. John Williamson:** J'invoque le Règlement.

Demandez-vous le consentement unanime ou mettez-vous simplement la motion aux voix?

**La présidente:** Nous votons simplement sur la motion.

**M. John Williamson:** C'est une motion.

**La présidente:** Je viens de la lire. Vous voulez que je sorte mon français encore une fois, monsieur Williamson?

**M. John Williamson:** Non, j'ai bien compris. Je voulais juste être certain du processus. Allons-y.

**La présidente:** Bien.

**Mme Libby Davies:** J'aimerais proposer un amendement voulant que la motion soit adoptée et que nous demandions le consentement unanime de la Chambre pour que l'adoption se fasse le plus vite possible, mercredi au plus tard.

**La présidente:** Quelqu'un veut prendre la parole?

Allez-y, monsieur Hawn.

**L'hon. Laurie Hawn (Edmonton-Centre, PCC):** Je ne crois pas que ce soit un amendement à la motion. La motion reste telle quelle...

**Mme Libby Davies:** Nous pourrions en faire une motion distincte. Je veux simplement faire en sorte que cela se fasse et éviter que les événements se précipitent et que la Chambre ajourne avant que nous ayions le temps de réagir. Si la Chambre n'adopte pas cela avant d'ajourner pour l'été, rien ne se fera avant la fin de l'année et nous aurons travaillé pour rien.

**M. Colin Carrie:** Nous n'avons pas besoin d'une motion pour ça. Nous avons seulement besoin de parler à nos whips et les règlements seront adoptés. De notre côté, nous en avons terminé pour aujourd'hui. Les whips doivent en discuter et prendre une décision. Nous ne pouvons pas adopter de motion pour faire faire quoi que ce soit à nos whips.

**Mme Libby Davies:** Le comité pourrait être en faveur d'une telle chose. Nous pourrions le faire. Je serai heureuse de proposer une nouvelle motion disant que le comité en parlera aux whips et veillera à ce que tout soit adopté avant l'ajournement de la Chambre.

**La présidente:** C'est une meilleure façon de le dire, en effet.

Premièrement, pouvons-nous travailler avec cette motion? Je peux la relire, si vous voulez.

**L'hon. Laurie Hawn:** Seulement le français.

**La présidente:** Vous pensez que je ne le ferai pas, monsieur Hawn?

Monsieur Carrie, avez-vous des observations?

**M. Colin Carrie:** Est-il possible d'entendre le libellé exact que propose Mme Davies? En avez-vous pris note?

Oh, c'est la motion initiale.

**La présidente:** Occupons-nous de la première. Faisons le nécessaire et adoptons-la.

Êtes-vous tous en faveur de la motion?

(La motion est adoptée.)

**La présidente:** Passons maintenant à la seconde motion.

Allez-y, madame Davies.

• (1730)

**Mme Libby Davies:** Merci beaucoup, madame la présidente.

J'aimerais présenter une deuxième motion pour que le comité...

**M. John Williamson:** Je fais encore un rappel au Règlement. Vous n'allez pas déclarer qu'il y a adoption unanime, sans demander s'il y a abstention ou opposition, n'est-ce pas?

**La présidente:** Cela ne concerne que la motion, et nous venons tout juste de voter pour...

**M. John Williamson:** Je sais ce qui s'est passé. J'ai tout simplement noté que vous n'avez pas demandé s'il y avait abstention ou opposition. Je voulais m'assurer qu'on n'allait pas indiquer que la motion a été adoptée à l'unanimité.

**La présidente:** Non. Merci.

Y a-t-il autre chose? Quelqu'un a-t-il d'autres observations? Ai-je couvert tous les points?

D'accord. Pouvons-nous entendre votre motion, madame Davies?

**Mme Libby Davies:** Je propose: Que les membres du comité demandent aux whips des partis d'obtenir le consentement unanime pour que la Chambre adopte le rapport avant l'ajournement pour la période estivale.

**La présidente:** Y a-t-il quelqu'un pour appuyer cette motion? Est-ce Mme Fry?

Y a-t-il discussion?

(La motion est adoptée.)

**La présidente:** Merci. La motion est adoptée.

Je demande aux députés de parler à leurs whips respectifs pour que ce soit fait d'ici mercredi. Je ferai rapport à la Chambre mercredi, à 15 heures. Merci beaucoup.

**Mme Libby Davies:** Merci.

**La présidente:** Nous avons été efficaces. La séance est terminée. Je félicite les membres du comité de leur excellent travail. Il n'arrive pas souvent que tous les partis représentés à la Chambre s'entendent.

La séance est levée.





**POSTE  MAIL**

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

**Poste-lettre**

**Lettermail**

**1782711  
Ottawa**

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :  
Les Éditions et Services de dépôt  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5*

*If undelivered, return COVER ONLY to:  
Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5*

Publié en conformité de l'autorité  
du Président de la Chambre des communes

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

---

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5  
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943  
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of  
the House of Commons

### SPEAKER'S PERMISSION

---

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

---

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5  
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943  
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>