



***Projet de renouvellement de l'information relative à la santé  
figurant sur les étiquettes de produits du tabac***

Résultats de la consultation auprès des intervenants

**Programme de la lutte au tabagisme  
Santé Canada**

**Novembre 2006**

## Résumé

Entre le 18 août et le 5 novembre 2004, Santé Canada a sollicité des commentaires relatifs au document de consultation *Vers une autre réussite, Projet de renouvellement de l'information relative à la santé figurant sur les étiquettes de produits du tabac*. Pendant la période de consultation, 25 réponses ont été reçues de divers intervenants représentant les organismes non gouvernementaux, l'industrie du tabac, les organismes gouvernementaux et le public.

Le projet de renouvellement de l'information relative à la santé figurant sur les étiquettes de produits du tabac de Santé Canada reflète l'engagement du gouvernement du Canada de sensibiliser davantage le public aux dangers et aux effets de l'usage du tabac pour la santé. En vertu de l'article 17 de la *Loi sur le tabac*, le projet de modification du *Règlement sur l'information relative aux produits du tabac* vise à prendre appui sur le succès des exigences d'étiquetage actuelles pour les produits du tabac en renouvelant et en améliorant l'approche relative aux mises en garde contre les dangers pour la santé, aux messages d'information sur la santé et aux énoncés sur les émissions et les constituants toxiques figurant sur les étiquettes des produits du tabac.

### ***La plupart des répondants appuient l'ensemble du projet de Santé Canada.***

La plupart des répondants (21 sur 25) ont exprimé leur appui pour l'ensemble du projet de règlement visant à renouveler l'information relative à la santé figurant sur les étiquettes de produits du tabac. La majorité ont également appuyé les propositions spécifiques concernant les mises en garde, les messages d'information sur la santé et les énoncés sur les émissions et les constituants toxiques. Toutefois, ces répondants ne s'entendaient pas toujours sur les options proposées. Cela se reflète particulièrement à l'examen des réponses de l'industrie du tabac par opposition aux réponses des autres groupes.

### ***Groupes variés, intérêts variés.***

Les réponses des organismes non gouvernementaux, des organismes gouvernementaux et du public touchaient plusieurs aspects du système d'étiquetage, la majorité de leurs commentaires étant axés sur l'approche et le contenu des nouvelles mises en garde et des nouveaux messages d'information sur la santé. En revanche, les commentaires de l'industrie du tabac avaient tendance à se concentrer davantage sur la mise en œuvre du projet de renouvellement, notamment sur les exigences relatives à la surface et à l'emplacement des nouvelles étiquettes sur les emballages. De même, l'opinion des répondants variait quant à la période de rotation des mises en garde, les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux appuyant la période de rotation proposée de deux ans, et l'industrie du tabac favorisant une période plus longue (de trois ou quatre ans).

### ***Appui général pour une présentation simplifiée des émissions et des constituants toxiques.***

La majorité des répondants ayant commenté la proposition et les options spécifiques de Santé Canada sont très favorables au remplacement de l'information actuelle relative

aux émissions et aux constituants toxiques, plus particulièrement la fourchette de chaque produit, par une approche simplifiée. En règle générale, la plupart des répondants des organismes non gouvernementaux et gouvernementaux appuient la proposition visant à ce que chacun des énoncés soit axé sur l'une des huit substances à la fois, mais plusieurs ne sont pas d'accord avec le maintien de la fourchette de produits en fonction de son exposition actuelle. Pour sa part, l'industrie du tabac s'intéresse plutôt à l'exactitude et à l'objectivité du contenu des énoncés simplifiés proposés. Les répondants de l'industrie veulent aussi s'assurer que le « goudron » continuera de faire partie des énoncés sur les émissions toxiques. Certains s'objecteraient également à toute augmentation de la surface réservée à l'affichage de ces informations sur les emballages.

# Table des matières

<b>Résumé</b> .....	2
<b>Introduction</b> .....	5
A. À propos du processus de consultation .....	5
B. Qui nous a écrit.....	6
<b>Ce que nous ont dit les répondants</b> .....	7
A. Appui général pour le projet de Santé Canada .....	7
B. Mises en garde contre les dangers pour la santé .....	9
C. Messages d'information sur la santé .....	16
D. Énoncés sur les émissions toxiques — Produits du tabac fumés.....	20
E. Énoncés sur les constituants toxiques — Produits du tabac sans combustion .....	23
<b>Annexe : Liste des répondants</b> .....	24

## Introduction

Les exigences actuelles sur l'étiquetage des produits du tabac au Canada sont en place depuis 2000. Elles visent à accroître la sensibilisation du public aux dangers et aux effets de l'usage du tabac pour la santé. L'approche actuelle cible les utilisateurs de tabac au moyen de messages évidents, informatifs et crédibles. Les messages actuels sont axés sur trois volets de l'étiquetage des produits du tabac, notamment : les mises en garde contre les dangers pour la santé, les messages d'information sur la santé et les énoncés sur les émissions et les constituants toxiques.

Le 18 août 2004, Santé Canada publiait le document de consultation *Vers une autre réussite, Projet de renouvellement de l'information relative à la santé figurant sur les étiquettes de produits du tabac*. Ce document de consultation proposait de nouvelles dispositions pour le *Règlement sur l'information relative aux produits du tabac* en vertu de l'article 17 de la *Loi sur le tabac*. Le public et d'autres intervenants ont été invités à fournir une rétroaction et des commentaires relatifs aux propositions, de même que des suggestions supplémentaires.

### A. À propos du processus de consultation

Dans le document de consultation, Santé Canada a proposé des modifications à chacun des trois volets de l'étiquetage afin de mieux répondre aux besoins d'un auditoire plus varié et de s'assurer que l'étiquetage soit toujours évident, informatif et crédible. En bref, les propositions identifiées dans le document de consultation sont :

**Les mises en garde contre les dangers pour la santé** — Créer de nouveaux messages appropriés à des auditoires particuliers, y compris les adultes de faible niveau d'alphabétisation, les jeunes, les fumeurs invétérés et les personnes qui songent à abandonner le tabac.

**Messages d'information sur la santé** — Élaborer de nouveaux messages d'information sur la santé qui figureront sur la *face arrière* du tiroir des paquets de cigarettes à coulisse (ou sur le *prospectus* dans les paquets à abattant), et sur le rabat supérieur des paquets.

**Énoncés sur les émissions et les constituants toxiques** — Remplacer les énoncés actuels sur les émissions et les constituants toxiques par une nouvelle série d'énoncés qui sont axés sur une substance à la fois.

Chaque proposition était liée à un ensemble d'options suggérées relatives aux nouveaux messages ou à la nouvelle information. Bien qu'elles visent surtout l'emballage des cigarettes, les propositions seraient adaptées à tous les produits du tabac actuellement vendus au Canada.

Le présent document offre un aperçu des commentaires et des suggestions obtenus au cours de la période de consultation de 14 semaines, soit du 18 août au 5 novembre 2004.

## **B. Qui nous a écrit**

Santé Canada a reçu 25 réponses au document de consultation. Aux fins de la présente analyse, les répondants ont été répartis en quatre principaux groupes d'intérêt, notamment :

**les organismes non gouvernementaux** (appelés groupe A tout au long du présent rapport);

**l'industrie du tabac** (groupe B);

**les organismes gouvernementaux** (groupe C);

**le public** (groupe D).

Une liste complète des répondants est présentée à l'annexe du présent rapport.

Le tableau 1 donne une répartition des réponses en fonction des principaux groupes d'intérêt et de l'origine géographique.

<b>Tableau 1 : Nombre de présentations reçues selon les principaux groupes d'intérêt et l'origine géographique (25 présentations ont été reçues au total)</b>	
<b>Groupe d'intérêt principal</b>	<b>Nombre reçu</b>
Organismes non gouvernementaux	9
Industrie du tabac* (y compris l'industrie du tabac spécialisé)	8
Organismes gouvernementaux	3
Le public	5
<b>Origine géographique</b>	<b>Nombre reçu</b>
Colombie-Britannique	1
Alberta	1
Ontario	13
Québec	8
États-Unis	1
Suède	1

\* Quatre des huit répondants de l'industrie du tabac ont fourni des commentaires particulièrement axés sur les « produits du tabac autres que les cigarettes » tels que les cigares et le tabac sans combustion. Pour les besoins de la présente analyse, ces quatre répondants sont traités comme un sous-groupe de l'industrie du tabac et sont identifiés comme des répondants du « tabac spécialisé ».

## Ce que nous ont dit les répondants

Santé Canada a reçu une panoplie de réponses, certaines directement liées aux propositions identifiées dans le document de consultation, ainsi que d'autres conseils et opinions sur l'étiquetage et d'autres enjeux liés au tabac et/ou à la lutte au tabagisme. Le présent rapport comprend à la fois les réponses directes relatives aux propositions et aux options, et les conseils plus étendus présentés à Santé Canada.

Il importe de noter que les impressions et les suggestions qu'ont présenté les répondants des organismes non gouvernementaux, des organismes gouvernementaux et du public (c.-à-d. les groupes A, C et D) sont souvent semblables et ont donc été regroupées dans le présent rapport. Les commentaires des répondants de l'industrie du tabac (groupe B) diffèrent fréquemment de ceux des autres groupes; par conséquent, ils sont présentés ici de façon distincte.

### **A. Appui général pour le projet de Santé Canada**

Dans l'ensemble, le projet de renouvellement de l'information relative à la santé figurant sur les étiquettes de produits du tabac a été bien accueilli par les personnes ayant répondu au document de consultation. Bien que la portée de l'appui ait varié quelque peu, la plupart des répondants (21 sur 25) ont exprimé un appui général pour le grand objectif visé par le projet de règlement. Plus précisément, les 17 répondants des groupes A, C et D ont exprimé à l'unanimité leur appui général pour l'initiative et la plupart ont offert des suggestions et des recommandations relatives à la modification des exigences sur l'étiquetage.

Certains de ces répondants, malgré leur appui pour l'initiative de renouvellement, n'étaient pas entièrement d'accord avec les approches proposées pour réaliser les nouvelles exigences sur l'étiquetage. Un tel répondant a exprimé sa déception relative au document de consultation précisant que ce dernier présente plusieurs lacunes par rapport à ce qu'il propose. Selon un autre répondant en faveur du projet, les mises en garde canadiennes affichent une réussite marquée et continue et, par conséquent, il aurait préféré être consulté sur les lois visant à interdire les étiquettes trompeuses telles que « légère » et « douce » ou à interdire les étalages de tabac dans les points de vente.

Parmi les huit répondants de l'industrie du tabac, (groupe B), la moitié ont exprimé un niveau d'appui varié pour l'objectif du projet dans son ensemble. Cet appui toutefois avait tendance à être conditionnel, et dans certains cas, était issu de motifs très différents de ceux offerts par les répondants favorables dans les autres groupes. Plus particulièrement, l'appui de certains répondants du tabac spécialisé pour l'initiative de renouvellement était fondé sur l'idée que leurs produits présentent moins de risque d'effets nocifs pour la santé que la consommation de la cigarette. En harmonie avec cette

idée, ils ont exprimé un désir pour des nouvelles mises en garde qui transmettraient plus précisément les risques pour la santé (apparemment plus faibles) liés à leurs produits.

Les deux seules réponses non favorables à l'ensemble du projet provenaient des membres de l'industrie du tabac (groupe B). L'une remettait en question le motif pour lequel on propose de nouvelles mises en garde à ce moment, citant les résultats de Santé Canada (présentés dans le document de consultation) qui confirment l'efficacité des mises en garde actuelles, leur utilité continue et la réalisation de l'objectif de sensibilisation accrue relative aux dangers pour la santé et aux effets nocifs de l'usage du tabac. Les deux autres réponses provenant du groupe B n'étaient ni favorables, ni défavorables à l'initiative du projet de règlement.

Alors que des réponses ont été reçues essentiellement sur tous les enjeux à l'étude dans le document de consultation, tous les répondants n'ont pas répondu à tous les enjeux. Des 25 répondants, 21 ont commenté le sujet des mises en garde; 13 ont exprimé leurs opinions sur les messages d'information sur la santé; 11 ont fourni une rétroaction sur les énoncés relatifs aux émissions toxiques des produits du tabac fumés; et 3 ont fourni des commentaires sur les énoncés relatifs aux constituants toxiques des produits du tabac sans combustion.

Le tableau 2 donne une répartition des réponses en fonction du sujet et du groupe d'intervenants.

<b>Tableau 2 : Nombre de répondants ayant commenté, selon le sujet et le groupe de répondants</b>					
<b>Sujet</b>	<b>Groupe A</b>	<b>Groupe B</b>	<b>Groupe C</b>	<b>Groupe D</b>	<b>TOTAL</b>
Mises en garde contre les dangers pour la santé	9	6	3	3	21
Messages d'information sur la santé	6	3	2	2	13
Énoncés sur les émissions toxiques (produits du tabac fumés)	5	4	2	0	11
Énoncés sur les constituants toxiques (produits du tabac sans combustion)	2	0	1	0	3

## **B. Mises en garde contre les dangers pour la santé**

Le document de consultation présentait une proposition générale visant à modifier les mises en garde, de même que six options particulières aux fins d'examen. La proposition, les options et les réponses sont résumées ci-après.

***Proposition : Créer certains messages particuliers à l'intention d'auditoires variés tels que les adultes de faible niveau d'alphabétisation, les jeunes, les fumeurs invétérés et les personnes qui songent à abandonner le tabac.***

Presque tous les répondants (12 sur 15) des groupes A, C et D ayant commenté sur la proposition relative aux mises en garde ont exprimé leur appui pour la proposition, alors que les trois autres répondants ont manifesté un appui conditionnel. Par exemple, selon un répondant du groupe A : « il importe que le portefeuille de mises en garde contre les dangers pour la santé offre des messages qui, malgré leur pertinence pour tous, aient une résonance et une applicabilité appropriées à certaines personnes ». Un autre répondant du groupe C a souligné qu'en raison de la prévalence plus élevée du tabagisme chez les adultes de faible niveau d'alphabétisation et les jeunes fumeurs de 20 à 24 ans, il semble approprié de créer des messages ciblant ces groupes en particulier.

Un répondant du groupe A ayant exprimé un appui conditionnel pour la proposition a recommandé d'axer les messages sur les groupes difficiles à rejoindre uniquement si Santé Canada a la preuve qu'un gain net pour la santé publique en découlera. Dans le même ordre d'idées, d'autres ont recommandé d'éviter une simplification exagérée des messages en tentant de cibler certains groupes difficiles à rejoindre.

Trois répondants du groupe B ont exprimé leur appui pour l'objectif de l'étiquetage et ont précisé qu'ils ne contestaient pas la matière en soi des nouvelles mises en garde sous réserve qu'elles répondent à des critères précis tels que l'exactitude, la conformité des faits, la pertinence par rapport au type de produit et qu'elles ne comprennent pas de messages visant à dénormaliser l'industrie du tabac.

En plus de demander une rétroaction sur la proposition générale pour les mises en garde contre les dangers pour la santé, Santé Canada a invité les participants à commenter six options particulières visant à peaufiner les mises en garde. Le tableau 3 illustre le nombre de réponses reçues, suivi d'un résumé des réponses pour chacune des six options présentées aux fins d'examen.

<b>Tableau 3 : Nombre de réponses présentées par les groupes d'intervenants relatives aux options proposées sur les mises en garde contre les dangers pour la santé</b>						
	<b>Option 1</b>	<b>Option 2</b>	<b>Option 3</b>	<b>Option 4</b>	<b>Option 5</b>	<b>Option 6</b>
<b>Groupe A</b>	5	5	7	6	6	4
<b>Groupe B</b>	1	0	5	1	2	3
<b>Groupe C</b>	3	3	1	2	1	1
<b>Groupe D</b>	2	1	0	1	0	0
<b>TOTAL</b>	11	9	13	10	9	8

***Option 1 : Créer des messages d'encouragement, y compris des renseignements sur les avantages pour la santé liés à l'abandon et des conseils sur les façons de cesser de fumer.***

Des 10 répondants des groupes A, C et D ayant commenté cette option, neuf étaient d'accord avec l'énoncé. Un répondant du groupe A a plaidé pour l'utilisation de « messages encourageants » qui sont capables de générer un sentiment d'efficacité et de motivation chez les fumeurs par rapport à l'abandon. Parallèlement, chacun des répondants du groupe D croyait que les nouvelles mises en garde devraient viser à bâtir et à appuyer la confiance des fumeurs qui veulent cesser de fumer tout en communiquant des renseignements sur les ressources relatives à l'abandon. Selon un autre répondant du groupe A, les messages devraient, à l'intérieur d'un système de mise en garde, être axés sur la nature du risque, l'importance du danger, les risques liés au tabac par opposition à d'autres risques et la façon de contrôler ces risques – puis, les mises en garde ne devraient pas éviter les messages troublants ou difficiles.

Le seul répondant du groupe B, citant quelques études démontrant que les habitudes occasionnelles des fumeurs de cigares ne justifient pas des messages sur l'abandon, a suggéré que l'option ne s'applique pas aux cigares. Il importe aussi de noter que les autres membres de ce groupe ont commenté de façon plus générale les mises en garde (comme il a été susmentionné), indiquant qu'ils ne contestaient pas le contenu des messages, pourvu que l'information présentée soit claire, exacte et conforme aux faits.

***Option 2 : Élaborer des messages simples quoique informatifs sur les émissions et les constituants toxiques, y compris, par exemple, les effets sur la santé d'une des substances toxiques présente dans le tabac ou la fumée du tabac.***

En règle générale, les neuf répondants des groupes A, C, et D ayant commenté étaient en faveur de cette option. Certains ont insisté sur l'importance du langage simple dans la présentation de l'information sur les émissions et les constituants toxiques du tabac. Deux ont recommandé l'utilisation d'une approche selon laquelle la nature et les effets sur la santé des substances toxiques présentes dans le tabac sont comparés à d'autres produits bien connus (qui comprennent les mêmes produits chimiques). Un autre répondant du groupe A recommandait que la conception des messages sur les émissions et les constituants toxiques suive les mêmes principes et concepts sous-jacents aux mises en garde actuelles (c.-à-d. qu'ils soient vifs et graphiques, qu'ils offrent des renseignements sur l'importance des dommages qu'ils occasionnent et qu'ils soient accompagnés de messages d'efficacité sur les façons d'éviter les dommages). Une autre suggestion d'un des répondants du groupe A visait à insister sur la sensibilisation accrue du public relative aux dangers liés à l'inhalation de la fumée de toute source, offrant un libellé différent pour l'option : « Élaborer des messages simples bien qu'informatifs sur les raisons pour lesquelles l'exposition à la fumée est nocive ».

Bien que les répondants du groupe B n'aient offert aucune rétroaction particulière sur la présente option, certains ont commenté la question des énoncés sur les émissions et les constituants toxiques figurant sur les côtés de l'emballage de cigarettes. Leurs commentaires sont présentés dans les sections pertinentes ci-après.

***Option 3 : Élaborer 48 mises en garde, affichées un nombre à la fois, réparties également parmi tous les emballages et changées à tous les deux ans en rotation.***

Les répondants des groupes A et C (organismes non gouvernementaux et gouvernementaux) ont des idées bien différentes de celles des répondants de l'industrie du tabac (groupe B) relativement à la présente option. En règle générale, les répondants des groupes A et C favorisaient l'élaboration de 48 mises en garde, ou davantage dans certains cas, et suggéraient une rotation fréquente (deux ans ou moins). Par opposition, les répondants du groupe B ont exprimé leur inquiétude relative au nombre proposé de mises en garde et préféraient un cycle de rotation prolongé (trois ans ou plus). Les répondants du public (groupe D) n'ont pas commenté la présente option proposée.

Presque tous les répondants (sept sur huit) des groupes A et C étaient d'accord avec l'élaboration de 48 mises en garde, trois d'entre eux ayant recommandé d'utiliser pas moins que le nombre actuel de 16 messages dans chaque période de rotation. Certains répondants du groupe A ont proposé que le même message ou des messages semblables pourraient être affichés pour plus d'une période de rotation. D'autres ont affirmé que l'élément important de la planification de la rotation consiste à afficher, en tout temps, des mises en garde qui couvrent la gamme des effets sur la santé qui importe

le plus au public de connaître. Puis, un autre répondant a suggéré que Santé Canada examine les mises en garde actuelles à retenir, avec ou sans modification, y compris les mises en garde ayant fait l'objet d'un essai antérieur mais non utilisées.

Digne d'intérêt, un répondant du groupe A nous a mis en garde contre les effets négatifs éventuels d'un aussi grand nombre de mises en garde – alléguant qu'une grande quantité de mises en garde pourrait réduire la visibilité de chacune, les rendant moins reconnaissables et entravant la possibilité de marketing croisé (c.-à-d. jumeler les mises en garde aux activités médiatiques de masse sur la lutte au tabagisme). Le même répondant a également noté que les difficultés et les coûts liés à la rotation de 48 mises en garde pourraient favoriser le commerce illicite des produits du tabac – qui ne se préoccupe pas des exigences d'étiquetage – ainsi que les plus importantes sociétés productrices de tabac, au détriment des fabricants de moins grande envergure.

Les commentaires de l'industrie du tabac sur cette option visaient surtout les enjeux logistiques éventuels et les coûts de la mise en œuvre de la rotation fréquente des mises en garde contre les dangers pour la santé. Selon un des répondants, l'affichage de moins de messages à l'intérieur d'une même période avec une rotation plus fréquente des messages risque de poser un problème de production pour les imprimeurs. Ce répondant était également d'avis que la rotation plus fréquente pourrait réduire l'efficacité des mises en garde contre les dangers pour la santé. Un autre répondant du groupe B préférerait le maintien de la pratique d'afficher 16 mises en garde pour une période de temps fixe, notant que cela serait en harmonie avec l'installation actuelle du matériel d'impression. Parallèlement, un autre répondant a recommandé que « la mise en œuvre de toute rotation vise à minimiser les coûts d'opération et de désuétude ».

Par conséquent, deux répondants du groupe B ont proposé des périodes de rotation prolongées de trois ou quatre ans, ainsi qu'une période de transition d'un an entre les rotations afin d'accorder le temps nécessaire pour l'utilisation des stocks existants et pour mettre en œuvre le prochain ensemble de mises en garde.

Un représentant du tabac spécialisé a répondu que, fondé sur les résultats de recherche, il n'était pas nécessaire d'augmenter le nombre de mises en garde contre les dangers pour la santé relatives aux cigares. Selon un autre, comme il serait difficile sinon impossible pour le marché des spécialités de se conformer aux exigences proposées, on devrait songer à des exemptions réglementaires afin d'assurer la mise en place d'« exigences plus responsables et traitables relatives aux mises en garde contre les dangers pour la santé et à l'information sur la santé (le nombre et la rotation) visant les produits du tabac spécialisé ayant moins de 5 % de la part du marché canadien de tout groupe de produit général ».

***Option 4 : Combiner les mises en garde sur les dangers contre la santé aux messages sur les avantages de l'abandon, aux conseils sur l'abandon ou aux messages d'encouragement à l'intention des personnes qui songent à cesser de fumer.***

La plupart des répondants (8 sur 9) des groupes A, C et D ayant fourni un commentaire étaient favorables à la présente option. Selon un répondant du groupe A, l'option est en harmonie avec la recherche et le travail théorique actuels dans le domaine de la communication des risques pour la santé et de la psychologie sociale, et il a incité Santé Canada à trouver des façons de rendre les messages d'efficacité, d'information sur l'abandon et sur les avantages de l'abandon plus remarquables qu'ils ne le sont actuellement. Selon un autre, on devrait continuer à intégrer les conseils sur l'abandon au système de messages global.

Le seul répondant du groupe A ayant été défavorable à l'option 4 recommandait particulièrement de ne pas utiliser les principales mises en garde extérieures pour fournir de l'information sur l'abandon. À son avis, les fumeurs potentiels, en tant qu'un auditoire principal de ces mises en garde, ont besoin de renseignements sur les risques plutôt que sur l'abandon. Le répondant a recommandé de limiter l'information sur l'abandon à une petite case, dans la partie inférieure de la principale surface exposée, affichant le numéro 1 800 d'aide à l'abandon.

Comme il a été susmentionné, les répondants du groupe B n'ont exprimé aucune préoccupation au sujet du contenu des mises en garde contre les dangers pour la santé. Il importe de noter qu'un répondant du groupe de tabac spécialisé a proposé des mises en garde éventuelles liés aux produits du tabac sans combustion, y compris un numéro 1 800 et une adresse Internet aux fins d'aide à l'abandon.

***Option 5 : Continuer d'exiger que les messages occupent 50 % des principales surfaces exposées sur la plupart des produits fumés.***

Des sept répondants du groupe A et C ayant fourni un commentaire, deux étaient d'accord avec l'option telle qu'elle est énoncée. Les cinq autres recommandaient que les mises en garde occupent plus de 50 % des principales surfaces exposées, les suggestions allant de 60 % à 100 %. Un répondant a affirmé que les experts sont essentiellement unanimes à dire que plus l'étiquette est grande, « plus elle est frappante et évidente, et plus les particuliers risquent d'y porter attention ou d'être influencés par elle ».

Par opposition, en règle générale, les répondants du groupe B n'étaient pas d'accord avec l'augmentation de la taille des mises en garde. Reflétant l'ensemble des commentaires du groupe B relatifs à la présente option, un répondant a précisé que son organisation s'objecterait à toute augmentation de la taille des mises en garde au-delà de

50 % et à toute modification de l'emplacement de la mise en garde sur l'emballage. De plus, quelques répondants ont rappelé la contestation constitutionnelle en cours qu'ils ont déposée relative à l'exigence de taille actuelle de 50 %.

***Option 6 : Étendre l'exigence selon laquelle les messages doivent occuper 30 % des principales surfaces exposées des produits tels que les cigares, le tabac à pipe, le tabac à pipe orientale et tous les types de produits du tabac sans combustion.***

En règle générale, les répondants des organismes non gouvernementaux (groupe A) ayant fourni un commentaire étaient en faveur de l'augmentation de la taille des mises en garde sur les produits du tabac spécialisé. L'un a proposé que les cigares et le tabac à pipe soient assujettis aux mêmes normes que les cigarettes pour ce qui est de la grandeur minimum des mises en garde, tandis qu'un autre a recommandé une taille d'au moins 50 % des principales surfaces exposées des produits du tabac tels que les cigares, le tabac à pipe et le tabac à pipe orientale. Un troisième répondant proposait l'application d'une exigence selon laquelle les mises en garde devraient occuper de 60 à 100 % des principales surfaces exposées sur tous les produits du tabac. Enfin, un répondant du groupe A et un autre du groupe C ont exprimé leur appui pour l'option telle qu'elle a été proposée.

Les répondants du groupe B ont exprimé des idées bien différentes à celles de leurs contreparties du groupe A par rapport à l'option proposée, car ils ne favorisaient pas une augmentation de la taille des mises en garde sur les produits du tabac spécialisé. Plus particulièrement, l'un d'eux a demandé que Santé Canada songe à instituer des exigences semblables à celles de l'Union européenne – c'est-à-dire, que les mises en garde n'occupent pas plus de 30 % de la principale surface exposée sur l'emballage des produits du tabac spécialisé. Un autre a souligné la possibilité d'enjeux logistiques liés à l'agrandissement des messages sur certains emballages de cigares et de tabac à pipe, tandis qu'un autre avançait que la présente option ne s'applique pas aux cigares et affirmait que la taille actuelle des mises en garde sur ces produits répondait grandement à l'exigence de 30 % telle que requise par la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la santé. Enfin, un répondant était d'avis que le règlement sur les mises en garde contre les dangers pour la santé et les exigences connexes « doivent s'appliquer uniformément et simultanément à tous les produits du tabac fabriqués ou vendus au Canada », sans égard à la part du marché, au type ou à l'origine du produit.

***Des conseils supplémentaires au sujet des mises en garde contre les dangers pour la santé...***

Les répondants ont offert à Santé Canada une panoplie d'idées et de conseils sur le traitement futur des mises en garde. Plusieurs ont axé leurs commentaires sur le

contenu, la position et la présentation des mises en garde figurant sur les emballages, notamment :

- Étendre la portée des mises en garde pour y inclure d'autres maladies et états de santé pour lesquels il n'existe aucune mise en garde actuelle, particulièrement les maladies identifiées plus récemment, et y inclure des renseignements sur le mieux-être physique, mental et social. Un répondant a recommandé l'élaboration d'une mise en garde à l'intention des adultes visant à leur rappeler de ne pas fournir de produits du tabac aux mineurs ou les encourager à fumer.
- Intégrer des témoignages de personnes ayant été touchées par l'usage du tabac, et des récits réels de personnes décédées en raison du tabagisme; examiner l'utilisation d'une approche plus narrative (récit) relative à l'élaboration des nouvelles mises en garde; utiliser des mises en garde commanditées par des sources crédibles; et songer à utiliser des puces sonores dans les emballages (semblable à la méthode des cartes de souhaits) pour présenter les mises en garde et l'information.
- Intégrer les mises en garde aux autres éléments de l'emballage (le papier d'aluminium, l'intérieur de l'enveloppe extérieure) et aux emballages des tubes, des filtres et du papier à cigarettes ainsi qu'aux cigarettes elles-mêmes. Rendre les messages attrayants et accrocheurs en grossissant la police de caractères, en variant la taille de la police, en ajoutant de la couleur, de la texture et des caractéristiques de découpe.

D'autres conseils dépassaient les questions de contenu ou de présentation, plusieurs répondants ayant recommandé que Santé Canada mette en place une approche multimédia en intégrant des mises en garde et des messages liés à la santé aux initiatives médiatiques de masse de Santé Canada. Un autre répondant a demandé que les mises en garde soient liées à d'autres politiques de la lutte au tabagisme comme une loi pour des espaces sans fumée.

### **C. Messages d'information sur la santé**

Le document de consultation présentait aux fins d'examen une proposition générale visant à modifier les messages d'information sur la santé et cinq options particulières. La proposition, les options et les réponses sont résumées ci-après.

***Proposition : Élaborer de nouveaux messages d'information sur la santé qui figureront sur la face arrière du tiroir des paquets de cigarettes à coulisse, ou sur le prospectus et sur le rabat supérieur des paquets.***

Au total, 13 répondants parmi tous les groupes ont fourni des commentaires et des suggestions appropriés ou liés à la proposition et aux options proposées de Santé Canada relatives aux messages d'information sur la santé. Les neuf répondants des organismes non gouvernementaux (groupe A), des organismes gouvernementaux (groupe C) et du public (groupe D) ont exprimé un niveau d'appui varié pour l'objectif visant à renouveler les messages d'information sur la santé de façon à ce qu'ils soient davantage accrocheurs et qu'ils fournissent aux fumeurs de l'information utile et plus lisible sur l'abandon.

Plusieurs répondants du groupe A ont offert des conseils. Deux ont recommandé l'ajout d'images aux messages d'information sur la santé afin de provoquer l'intérêt du lecteur. Ils ont également recommandé de ne plus exempter les emballages mous de l'exigence d'intégrer dans le paquet le prospectus sur lequel figure le message d'information sur la santé. Un autre a proposé l'adoption d'une approche plus variée, par rapport à l'approche actuelle, en utilisant l'intérieur de l'emballage pour fournir des témoignages, des récits, des jeux questionnaires et d'autres messages émotifs et affectifs, de même qu'en faisant la promotion de concours et d'autres incitatifs pour encourager l'abandon. Plusieurs répondants de ce groupe ont suggéré une utilisation accrue de la surface à l'intérieur de l'emballage afin de fournir des renseignements supplémentaires.

Les trois répondants de l'industrie du tabac (groupe B) ayant fourni des commentaires sur la présente proposition n'ont formulé aucune objection relative à l'élaboration de nouveaux messages d'information sur la santé. Ils ont toutefois exprimé des inquiétudes relatives au changement du positionnement et/ou à l'augmentation de la taille des messages. L'un a demandé de conserver les exigences actuelles, affirmant que son organisation s'objecterait à de nouvelles exigences qui entraîneraient la modification de la conception de l'emballage. Un autre a mentionné que les nouveaux messages devraient empiéter le moins possible sur les marques de commerce ou les emballages. Un troisième a répondu que la proposition semble « exproprier » davantage, et sans justification, la surface des emballages réservée aux messages d'information sur la santé.

Le tableau 4 illustre le nombre de réponses reçues par rapport aux options proposées relatives aux messages d'information sur la santé et aux groupes d'intervenants.

<b>Tableau 4 : Nombre de réponses aux options proposées relatives aux messages d'information sur la santé, par groupe d'intervenants</b>					
	<b>Option 1</b>	<b>Option 2</b>	<b>Option 3</b>	<b>Option 4</b>	<b>Option 5</b>
<b>Groupe A</b>	3	2	6	4	5
<b>Groupe B</b>	0	0	1	2	0
<b>Groupe C</b>	2	1	2	1	2
<b>Groupe D</b>	0	0	2	1	1
<b>TOTAL</b>	5	3	11	8	8

***Option 1 : Élaborer des nouveaux messages d'information sur la santé qui sont brefs et clairs, et qui, par rapport aux messages sur la santé actuels, fournissent des renseignements plus lisibles et favorisent le souvenir.***

Les cinq répondants des groupes A et C ayant fourni un commentaire étaient en faveur de la présente option. L'un d'eux considère toutefois et avertit qu'un accent inapproprié est mis sur le « souvenir » des messages par les fumeurs en ce qui a trait à la façon de mesurer l'efficacité. Il croit plutôt que l'objectif devrait viser à élaborer de nouveaux messages d'information sur la santé qui sont « vifs et incitatifs, offrant des renseignements qui, par rapport aux messages d'information sur la santé actuels, entraînent un effet plus marqué ». Il a de plus ajouté qu'un tel effet devrait être évalué non seulement en fonction du souvenir, mais aussi des autres objectifs visés par les messages. Un autre a souligné que ce ne sont pas tous les messages qui doivent être simplifiés – plaidant l'efficacité marquée du système actuel, et affirmant que la simplification des messages risque d'atténuer l'efficacité globale et d'avoir un effet incertain sur les auditoires ciblés par la simplification. Un système qui s'appuie sur les deux approches a été recommandé.

Les répondants des groupes B (l'industrie du tabac) et D (le public) n'ont pas fourni de commentaires relatifs à la présente option.

***Option 2 : Élaborer de nouveaux messages d'information sur la santé qui seront présentés en plus gros caractères afin de favoriser la lecture et le souvenir.***

Deux des trois répondants des groupes A et C ayant fourni des commentaires étaient nettement en faveur de la présente option. Le troisième, bien qu'il ne s'y opposait pas, a souligné que, tout comme l'option précédente, la proposition d'imprimer en gros caractères pour susciter le souvenir « ira peut-être à l'encontre du besoin d'information supplémentaire (et d'un effet plus marqué) ».

Les répondants des groupes B (l'industrie du tabac) et D (le public) n'ont fourni aucun commentaire relatif à la présente option.

***Option 3 : Élaborer de nouveaux messages d'information sur la santé qui seront de nature plus positive et axés sur l'action, expliquant aux personnes qu'il est possible de cesser de fumer et où obtenir de l'information (notamment, le numéro 1 800, le site Web, les professionnels de la santé).***

Les 10 répondants des groupes A, C et D ayant fourni un commentaire étaient entièrement en accord avec la présente option. Par exemple, l'un des répondants du groupe C soulignait que, puisque la plupart des fumeurs songent à cesser de fumer à un moment donné (et y réfléchissent avant de passer à l'action), il serait avantageux de présenter sur l'emballage des renseignements utiles et pertinents sur l'abandon. Ces répondants favorables s'entendaient aussi sur la présentation de l'information sous forme de conseils sur l'abandon, du numéro 1 800 ou du site Web permettant d'obtenir l'information sur l'abandon. Trois ont toutefois rappelé que, pour rendre ces ressources efficaces, les fumeurs intéressés à cesser de fumer doivent être en mesure d'accéder rapidement à l'information pertinente et à l'aide par le biais de la ligne d'abandon ou du site Web publiés.

Le seul répondant du groupe B ayant fourni un commentaire relatif à la présente option a exprimé son appui pour le mandat de Santé Canada visant à fournir des renseignements exacts et pertinents sur l'abandon du tabac et l'aide disponible.

***Option 4 : Élaborer des messages d'information sur la santé qui sont évidents – par exemple, le message d'information sur la santé qui figure actuellement sur la face arrière du tiroir pourrait être déplacé pour figurer sur le rabat supérieur.***

Les six répondants des groupes A, C et D ayant fourni un commentaire sur la présente option ont reconnu que les messages d'information sur la santé doivent être plus évidents. Trois ont offert une rétroaction sur l'exemple utilisé dans la présente option (c.-à-d. de déplacer le message d'information sur la santé de la face arrière du tiroir vers le rabat supérieur). L'un recommandait de ne pas déplacer le message, dans l'intention de réserver le rabat supérieur à la création d'un sujet d'intérêt, puis de « diriger cet intérêt ailleurs sur l'emballage, probablement sur l'arrière du rabat ». Un autre a remis en

question l'utilité du déplacement suggéré à l'option 4, et a recommandé de mener une recherche visant à déterminer le meilleur positionnement de messages d'information sur la santé. Un troisième répondant était d'avis que l'on place sur l'emballage même l'information axée sur la dépendance au tabac et sur l'abandon, par opposition au rabat supérieur.

Il importe de noter qu'un répondant a remis en question l'idée que les messages d'information sur la santé devaient toujours être restreints à l'intérieur de l'emballage, suggérant que le positionnement soutient une « distinction artificielle et inutile », nuisant à la capacité de Santé Canada de jumeler les mises en garde aux messages d'efficacité. Le même répondant ajoutait que, dans le but d'accorder au système d'information sur la santé un effet et une cohérence plus marqués, l'information sur l'abandon pourrait parfois figurer sur l'extérieur de l'emballage et les mises en garde figurant à l'intérieur.

Deux répondants du groupe B ont fourni des commentaires et ont exprimé leur désaccord avec l'exemple du déplacement du message d'information sur la santé actuellement sur la face arrière du tiroir pour figurer sur le rabat supérieur – soulignant que la façon dont la surface relativement petite sur le rabat supérieur pourrait accommoder l'information sur la santé figurant actuellement sur le tiroir arrière n'est pas très claire.

***Option 5 : Intégrer d'autres renseignements utiles aux fumeurs (p. ex. un horaire d'« abandon » accompagné d'un message clair relatif à l'abandon) sur la face arrière du tiroir du paquet à coulisse ou sur le prospectus.***

Parmi les huit réponses à l'option 5, en règle générale, les répondants des groupes A, C et D étaient en faveur de fournir d'autres renseignements utiles aux fumeurs. Toutefois, deux d'entre eux ont exprimé un appui mitigé pour l'exemple de l'« horaire d'abandon » figurant dans la présente option. Ces deux répondants reconnaissaient son utilité éventuelle, mais doutaient que de tels renseignements utilisaient au mieux l'espace. L'un d'eux a demandé d'évaluer le nombre de fumeurs qui utiliseraient un horaire sur un paquet de cigarettes « par opposition à l'avantage qui pourrait découler de la présentation d'un autre contenu à cet endroit. »

Les répondants du groupe B (l'industrie du tabac) n'ont fourni aucun commentaire.

***D'autres conseils relatifs aux messages d'information sur la santé...***

Les répondants ont offert plusieurs suggestions visant à peaufiner les messages d'information sur la santé. L'un proposait d'utiliser l'intérieur de l'emballage de façon plus efficace – plus particulièrement pour présenter plus d'information sur la santé. Un autre a suggéré d'utiliser les messages d'information sur la santé pour présenter des

témoignages de gens affectés par le tabagisme. Une autre suggestion était d'accroître la visibilité de l'adresse Web fournie en le déplaçant du bas à un emplacement vers le haut du message d'information sur la santé.

#### **D. Énoncés sur les émissions toxiques – Produits du tabac fumés**

Le document de consultation présentait une proposition globale relative aux énoncés sur les émissions toxiques (pour les produits du tabac fumés) ainsi que deux options particulières aux fins d'examen. La proposition, les options et les réponses sont résumées ci-après.

***Proposition : Dans le cas des produits fumés, remplacer les énoncés actuels sur les émissions toxiques par une nouvelle série d'énoncés.***

Les sept répondants des groupes A et C ayant répondu à la présente proposition ont appuyé à l'unanimité le remplacement des énoncés actuels sur les émissions toxiques. Rappelant l'opinion de plusieurs, l'un des répondants a souligné que l'information actuelle sur les émissions toxiques, telle qu'elle est présentée en format numérique, est au mieux non informative et embrouillée, et au pire elle est trompeuse. Un autre, reflétant aussi l'opinion générale de ces répondants, a recommandé que les nouveaux énoncés sur les émissions toxiques prennent une forme descriptive accrue en se concentrant sur l'éducation du public au sujet de la nature d'une substance toxique, de l'ampleur du danger qu'elle représente et du risque pour la santé toujours présent que pose l'exposition à la fumée du tabac.

Quatre répondants de l'industrie du tabac (groupe B) ont fourni des commentaires au sujet de la présente proposition – trois d'entre eux n'y étant ni favorable, ni défavorable. Pour ce qui est du contenu des nouveaux énoncés, un répondant voulait s'assurer que les énoncés proposés ne seraient pas, en fait, des mises en garde sur la santé déguisées en renseignements sur les émissions toxiques, et n'a formulé aucune objection - « sous réserve de l'applicabilité, de l'exactitude et de la pertinence de l'information relative aux émissions de fumée ». Parallèlement, un autre répondant du groupe B soutenait que, lors de l'élaboration des nouveaux énoncés, « toute l'information devrait être objective et présentée de façon équitable, et avoir un fondement scientifique raisonnable relatif aux quantités de constituants qui risquent d'être présentes dans la fumée de cigarette ».

Il importe de noter que deux des quatre répondants du groupe B ont précisé qu'ils s'objecteraient à toute augmentation de la surface de l'emballage réservée à l'affichage des nouveaux renseignements. L'un d'eux s'objecterait à tout changement de positionnement sur l'emballage. Selon le quatrième répondant dans ce groupe, la proposition et les options relatives aux énoncés sur les émissions toxiques ne s'appliquaient pas aux cigares.

Le public (groupe D) n'a fourni aucun commentaire.

Le tableau 5 donne une répartition du nombre de réponses reçues de chaque groupe de répondants au sujet des deux options relatives aux énoncés sur les émissions toxiques pour les produits fumés.

<b>Tableau 5 : Réponses aux options proposées relatives aux énoncés sur les émissions toxiques (pour les produits du tabac fumés)</b>		
	<b>Option 1</b>	<b>Option 2</b>
<b>Groupe A</b>	5	0
<b>Groupe B</b>	4	2
<b>Groupe C</b>	1	0
<b>Groupe D</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	10	2

***Option 1 : Une série de nouveaux énoncés sur les émissions toxiques dont chaque énoncé est axé sur une des huit substances, (p. ex. la nicotine, le monoxyde de carbone, le formaldéhyde, l'acétone, l'acide cyanhydrique, le benzène, le toluène et le benzo[a]pyrène) et qui présentent des renseignements clairs et concis sur la substance et ses effets sur la santé, ainsi que la fourchette du produit en fonction de son exposition actuelle.***

Les six répondants des groupes A et C ayant fourni des commentaires étaient en faveur de la présente option – 4 répondants ont recommandé le retrait de la fourchette des émissions toxiques, tandis qu'un cinquième recommandait l'élimination de la liste des substances et de leur fourchette. Un répondant du groupe A a remis en question la logique par rapport au choix des substances identifiées, se demandant si elles sont les plus nocives (sur une base unitaire), ou responsables de la plupart des dommages attribuables à la fumée de cigarette, ou les substances les plus connues. Dans le même ordre d'idées, un répondant du groupe C a demandé s'il est justifié de mettre beaucoup d'efforts à renseigner les fumeurs sur les substances toxiques du tabac autres que le goudron et la nicotine.

Deux des quatre répondants du groupe B ayant fourni des commentaires sur la présente option ont exprimé des inquiétudes relatives au retrait du goudron de la liste des substances – l'un demandant que Santé Canada retienne l'inscription obligatoire du goudron à la liste actuelle, suggérant que le retrait du goudron de la liste risque de dérouter les consommateurs et de les porter à croire qu'il a été éliminé du produit. Selon un autre, l'option proposée était ambiguë, ne précisant pas clairement l'intention de Santé Canada de retirer ou non le goudron de la liste des émissions, et a demandé une clarification et une justification, si la proposition vise le retrait du goudron de la liste.

***Option 2 : Une nouvelle série d'énoncés sur les émissions toxiques qui sont répartis également parmi les emballages, de la même manière que le sont les messages actuels de mises en garde contre les dangers pour la santé.***

Seulement deux répondants du groupe B ont fourni des commentaires particuliers relatifs à la présente option. L'un des répondants a souligné que « pour réaliser une répartition égale à l'intérieur d'une marge de tolérance acceptable, le nombre d'énoncés sur les émissions toxiques doit être harmonisé au nombre de mises en garde contre les dangers pour la santé ». Par conséquent, une relation de 8 : 8 ou de 8 : 16 a été recommandée. Dans un contexte plus large, l'autre répondant a mis en lumière le nombre très élevé de permutations possibles à l'intérieur de la rotation de 48 mises en garde, jumelées à un nombre de messages d'information sur la santé et d'énoncés sur les émissions toxiques. Selon ce répondant, cela s'avère un enjeu essentiel que l'on doit prendre en compte lors de l'élaboration des nouvelles exigences d'étiquetage.

***D'autres conseils relatifs aux énoncés sur les émissions et les constituants toxiques...***

Les répondants ont également offert des suggestions en plus des conseils offerts sur les options. Par exemple, un répondant a conseillé à Santé Canada d'utiliser des descriptions comparatives par rapport à d'autres utilisations ou produits bien connus afin d'expliquer au public le contenu toxique du tabac. Un répondant a aussi recommandé la rediffusion des annotations thématiques sur les substances toxiques et les maladies qu'elles causent, à l'intérieur des campagnes médiatiques en ondes et imprimées. Une dernière suggestion visait à utiliser un seul message qui liste simplement environ 40 produits chimiques présents dans la fumée du tabac, idéalement accompagné d'une image indicative des produits chimiques. Il importe de noter que toutes ces suggestions supplémentaires ne visaient pas nécessairement les émissions de la fumée de cigarette – certaines visaient clairement les constituants toxiques présents aussi dans les produits du tabac sans combustion.

## **E. Énoncés sur les constituants toxiques — Produits du tabac sans combustion**

Encore ici, le document de consultation présentait une proposition globale visant à modifier les énoncés sur les constituants toxiques (des produits du tabac sans combustion), de même que deux options particulières aux fins d'examen.

***Proposition : Dans le cas des produits du tabac sans combustion que l'on peut priser, sucer ou mâcher, remplacer l'énoncé actuel sur les constituants toxiques par une nouvelle série d'énoncés.***

La proposition et les options relatives aux nouveaux énoncés sur les constituants toxiques des produits du tabac sans combustion ont généré très peu de commentaires. Bien que certaines rétroactions sur les énoncés appropriés aux produits du tabac fumés visaient aussi les produits du tabac sans combustion (p. ex. le retrait des fourchettes numériques), seulement deux répondants du groupe A et un du groupe C ont fourni des commentaires précis relatifs à la proposition et aux options sur les constituants toxiques. La principale préoccupation des répondants visait la communication des renseignements importants au public sur les constituants toxiques et leur quantité dans les produits du tabac.

***Option 1 : Dans le cas des produits du tabac sans combustion, exiger une série d'énoncés sur les constituants toxiques axés sur l'une des trois substances ou classes de substances (la nicotine, le plomb, les nitrosamines) et qui présentent des renseignements clairs et concis sur la substance et ses effets sur la santé, et la quantité présente dans le produit en fonction de son exposition actuelle.***

***Option 2 : Dans le cas des produits du tabac sans combustion, exiger un énoncé sur la quantité de glucides visant à mieux renseigner les utilisateurs sur le taux élevé de sucre dans certains produits du tabac sans combustion.***

Aucun commentaire n'a été reçu relatif à l'option 1. Un seul répondant (groupe A) a fourni un commentaire relatif à l'option 2, recommandant qu'un énoncé sur le taux de sucre dans un produit du tabac sans combustion « doit être affectif, convaincant et accompagné d'une image du dommage dentaire attribuable à l'usage prolongé de ce produit à taux élevé de sucre et de nicotine ».

## **Annexe : Liste des répondants**

### **Groupe A : Organismes non gouvernementaux**

1. AMD (Age-related Macular Degeneration) Alliance International
2. La société canadienne du cancer
3. Association médicale canadienne
4. La Fondation des maladies du cœur du Canada
5. Info-tabac
6. ITS — Institute for Tobacco Studies
7. Association pour les droits des non-fumeurs
8. Médecins pour un Canada sans fumée
9. Université de Waterloo

### **Groupe B : L'industrie du tabac**

1. Casa Cubana
2. Imperial Tobacco Canada Limited
3. JTI-Macdonald Corp.
4. National Smokeless Tobacco Co.
5. Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board
6. Rothmans, Benson & Hedges Inc.
7. Small Guys Tobacco Group
8. Swedish Match North America Inc.

### **Groupe C : Organismes gouvernementaux**

1. Gouvernement du Québec
2. Santé Canada
3. L'Institut national de santé publique du Québec

### **Groupe D : Le public**

1. Particuliers (5)