

31 mai 2019

3711, rue Saint-Antoine ouest
Montréal (Québec) H4C 3P6
Canada

Tél. (514) 932-6161
Télec. (514) 939-0432

www.imperialtobaccocanada.com



Chers Canadiens et chères Canadiennes,

Aujourd'hui, c'est la Journée mondiale sans tabac. Cela peut vous sembler surprenant que la plus grande entreprise de tabac au Canada s'exprime sur ce sujet alors que notre industrie fait l'objet de vives critiques. Toutefois, dans la foulée du thème de cette année « Le tabac et la santé pulmonaire », nous croyons fermement que nous avons un message important à véhiculer.

Il n'y a pas si longtemps, les seules options qui s'offraient aux fumeurs adultes qui songeaient à arrêter de fumer étaient soit d'arrêter complètement ou encore de recourir à des produits de substitution de la nicotine. Même avec l'arrivée de la gomme à mâcher et des timbres à la nicotine, les choix étaient minces et les chances de réussite étaient, la plupart du temps, assez faibles.

La réalité est tout autre aujourd'hui. Les adultes qui consomment de la nicotine ont plus de choix qu'ils en ont jamais eu.

Imperial Tobacco Canada a adopté une stratégie intitulée : On transforme le tabac. Notre objectif : fournir aux consommateurs adultes des solutions de rechange viables et plus sécuritaires au tabagisme.

Nous sommes très encouragés par le fait que Santé Canada reconnaisse les produits de vapotage comme une option de rechange moins nocive au tabagisme, ce qui témoigne d'ailleurs d'un virage qui s'opère dans le monde entier. Au Royaume-Uni, Public Health England (l'équivalent de Santé Canada) estime que les produits de vapotage sont au moins 95 % moins nocifs que la cigarette traditionnelle, et sous l'effet de ses politiques progressistes, plus de 1,7 million de fumeurs ont cessé de fumer.

Malgré l'évolution des attitudes à l'égard du vapotage, ce sujet demeure très controversé et parsemé de sérieux obstacles. Il est notamment urgent de trouver le juste équilibre réglementaire pour s'assurer que les jeunes n'aient pas accès aux produits de vapotage et que les fumeurs adultes disposent des renseignements nécessaires pour faire un choix éclairé s'ils optent pour cette solution.

Notre position à ce sujet est très claire. Au même titre que nous croyons que les jeunes ne devraient pas fumer, nous sommes d'avis que les jeunes ne devraient pas vapoter. Malgré nos propres efforts de prévention auprès des jeunes ainsi que la récente campagne de sensibilisation de Santé Canada, le vapotage chez les jeunes est toujours d'actualité, et il importe de s'attaquer à ce problème avant qu'il ne prenne autant d'ampleur que la consommation d'alcool ou de cannabis chez les jeunes.

Nous collaborons étroitement avec nos détaillants partenaires afin de nous assurer qu'ils font respecter les lois sur l'âge minimal. Nous nous assurons de vérifier l'âge des consommateurs qui effectuent des achats en ligne, et ce, du moment où la commande est passée jusqu'à la livraison. Bien que nous soyons persuadés que la plupart des jeunes ne se procurent pas de produits de vapotage dans le réseau des

.../2

dépanneurs du coin, nous lançons une nouvelle campagne dans les magasins afin de renforcer la sensibilisation auprès des détaillants et de rappeler aux consommateurs que les produits de vapotage ne doivent pas être vendus aux jeunes.

Malheureusement, le problème qui touche les jeunes à l'heure actuelle a occulté l'aspect positif de la science et de la technologie ainsi que le réel potentiel que possèdent ces produits pour la société. Afin qu'ils soient exploités à leur maximum, il faudra que les gouvernements fédéral et provinciaux se livrent à une réflexion plus audacieuse pour permettre une communication adéquate auprès des fumeurs adultes, tout en renforçant l'application de la loi pour réduire l'accès aux produits de vapotage chez les jeunes.

Si nous conjuguons nos efforts afin de mettre en place le cadre réglementaire adéquat, nous aurons une réelle occasion de changer les choses pour la société, les gouvernements, notre entreprise, et le plus important, pour les fumeurs d'âge adulte.