

SOMMAIRE : Réunion avec JUUL Labs Canada

Objet :

- Réponse de JUUL à l'Avis d'intention – Des mesures à l'étude visant à atténuer l'impact de la publicité des produits de vapotage sur les jeunes et les non-utilisateurs de produits de tabac, de Santé Canada (SC), qui a été publié le 5 février 2019.
- Diminution du taux de tabagisme et ventes de produit de JUUL;
- Nouvelles technologies et innovations pour les produits de vapotage.

Date : 2019-03-21

Participants :

Santé Canada :

Dana Beaton, directrice intérimaire, Bureau des politiques et de la planification stratégique, Direction de la lutte contre le tabagisme (DLT) (présidente)

Gestionnaire, Division de la réglementation, Bureau de réglementation des produits du tabac, DLT

Analyste de la réglementation scientifique, Division de la réglementation, Bureau de réglementation des produits du tabac, DLT

Gestionnaire, Division du renseignement commercial, Bureau de la recherche et de la surveillance, DLT

Gestionnaire, Division du renseignement commercial, Bureau de la recherche et de la surveillance, DLT

Conseillère principale, Bureau du directeur général, DLT

JUUL Labs Canada (JUUL) :

Michael Nederhoff, directeur général, Canada

Nick Kadysh, directeur, Affaires gouvernementales, JUUL

Chris Harris, toxicologue

Roberta Kramchynsky, Strategy Corp

Introduction :

À la demande de l'entreprise JUUL, une réunion a lieu pour discuter des questions suivantes :

- Réponse de JUUL à l'avis d'intention de Santé Canada;
- Diminution du taux de tabagisme et ventes de produit de JUUL;
- Nouvelles technologies et innovations pour les produits de vapotage.

La présidente rappelle aux participants que cette réunion est assujettie à la divulgation conformément aux [politiques en matière d'ouverture et de transparence](#) de Santé Canada. Par souci de transparence, le Ministère déclare qu'il rendra public le compte rendu de la réunion. Le [traitement de l'information et l'avis de confidentialité](#) sont mentionnés et reconnus.

Sujets :

Réponse de JUUL à l'avis d'intention de Santé Canada

Les représentants de JUUL discutent de leur présentation écrite à l'Avis d'intention de Santé Canada. JUUL résume les points fondamentaux de sa présentation, à savoir que selon lui, l'avis d'intention va à l'encontre des objectifs de la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage* (LTPV). Plus précisément, JUUL exprime des préoccupations au sujet des restrictions sur la publicité proposées au point de vente. Les représentants de JUUL laissent aussi entendre que les entreprises médiatiques hésitent à héberger tout matériel éducatif sur le vapotage sans l'approbation de Santé Canada. Santé Canada indique qu'à l'avenir, elle fournira des éclaircissements sur les règles et les restrictions en matière de publicité.

Les représentants de JUUL exposent également en détail le point de vue de l'entreprise sur la publicité sur les médias sociaux pour les produits de vapotage et sur la vente en ligne.

Marché et ventes au Canada de JUUL

JUUL estime avoir déplacé 100 millions de cigarettes sur le marché canadien. Il estime également qu'il y a une baisse de 4,4 % des ventes de cigarettes dans les dépanneurs où leurs produits sont disponibles. JUUL est vendu dans toutes les provinces du Canada. Les représentants ont indiqué que, même si le Québec et la Colombie-Britannique ont des règlements plus stricts sur la publicité sur la cigarette électronique, les « taux d'essai » de la cigarette électronique chez les jeunes dans ces provinces sont les mêmes que dans le reste du pays. Toutefois, les représentants indiquent que le taux de vente de ses produits est plus faible au Québec et en Colombie-Britannique en raison des publicités limitées aux points de vente.

Les capsules aromatisées de JUUL ont été retirées des dépanneurs aux États-Unis. Toutefois, des capsules compatibles ou contrefaites ont rapidement comblé le vide. JUUL s'inquiète du fait que les capsules contrefaites provenant des États-Unis se répandent maintenant au Canada et que des « imitations » du produit de JUUL deviennent facilement accessibles aux consommateurs.

JUUL a également lancé un programme « d'acheteur secret » pour freiner les achats en vrac et augmenter la vérification de l'âge au point de vente. JUUL indique qu'il ne croit pas que la vérification de l'âge au point de vente est plus élevée dans les magasins de vapotage que dans les stations-service ou les dépanneurs, particulièrement dans les régions moins urbaines. JUUL n'autorise pas la vente en ligne de ses produits sur des sites où l'on ne vérifie pas l'âge. JUUL souligne qu'il ne permettrait pas aux magasins de vapotage de vendre ses produits en ligne. JUUL impose des restrictions à l'achat en vrac et limite les ventes à deux appareils par transaction sur son propre site. Les magasins de vapotage reçoivent les produits JUUL de deux principaux distributeurs et JUUL déclare qu'il commencera bientôt la distribution directe au détaillant.

JUUL mentionne qu'il s'attend à des ventes au détail de plus de 140 M\$ pour 2019. Les revenus proviennent des stations-service et des dépanneurs dans une proportion de 80 %, 19 % des magasins de vapotage et 1 %, de la vente en ligne. L'objectif de vente de l'entreprise est d'atteindre 5 % du marché de détail du tabac (environ 750 M\$ par année).

Nouvelles technologies et innovations pour les produits de vapotage.

JUUL remarque qu'il travaille sur des appareils connectés que les adultes peuvent verrouiller en utilisant leur téléphone intelligent pour en limiter l'accès aux jeunes. Ce nouveau produit sera déployé dans 2 mois. Le logiciel sert également de « coach » pour la consommation de nicotine. La technologie permettrait également à JUUL de recueillir des renseignements sur les utilisateurs, même si JUUL souligne que toutes les applications respecteraient les lois sur la protection des renseignements personnels. Les consommateurs qui choisissent de s'inscrire permettraient la collecte de données. JUUL indique qu'il pourrait demander une exemption réglementaire pour les appareils qui possèdent des caractéristiques ou des mécanismes intégrés afin de prévenir leur utilisation par des jeunes.

Conclusion :

La séance est levée.

Documents : S.O.