

Règlement modifiant certains
règlements visant le cannabis :

Assurer un encadrement qui préserve la santé durable

Mémoire présenté à la Division des affaires économiques,
réglementaires et législatives du ministère de la Santé du Canada
(Santé Canada)

Avis de consultation de la Partie I Gazette du Canada,
vol. 158 (n°23) du 8 juin 2024

8 juillet 2024



Rédaction

Marianne Dessureault, avocate – Responsable des affaires juridiques, ASPQ

Kim Brière-Charest, directrice de projets – Substances psychoactives, ASPQ

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site web de l'Association pour la santé publique du Québec : www.aspq.org. Les informations contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

© Association pour la santé publique du Québec (2024).

Table des matières

Sommaire des recommandations.....	3
Contexte	4
Introduction.....	4
Impacts promotionnels des modifications réglementaires	5
Conclusion	12
Références.....	13

Association pour la santé publique du Québec (ASPQ)

L'ASPQ est une association autonome regroupant citoyen·nes et partenaires pour faire de la santé durable une priorité. La santé durable s'appuie sur une vision à long terme qui, tout en fournissant des soins à tous, s'assure aussi de garder la population québécoise en santé par la prévention. Notre organisation conseille, enquête, sensibilise, mobilise des acteurs et émet des recommandations basées sur les données probantes, des consensus d'expert·es, l'expérience internationale et l'acceptabilité sociale.



info@aspq.org | aspq.org
5455, av. de Gaspé, bureau 200
Montréal (Québec)
H2T 3B3

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

Alcool et cannabis

1. Interdire toute association et ajout d'alcool éthylique aux produits de cannabis comestibles ou aux extraits pour ingestion et inhalation ;
2. Revoir la réglementation actuelle pour ne pas permettre le mélange d'alcool éthylique dans les produits de cannabis comestibles et les extraits pour ingestion et inhalation ;
3. Maintenir et assurer l'application de l'interdiction de publiciser ou afficher directement ou indirectement l'association entre un produit du cannabis et une boisson alcoolisée ou l'ingrédient d'alcool ;

Étiquetage et emballage

4. Maintenir la mention d'équivalence en cannabis séché sur les étiquettes de produits du cannabis afin que les personnes consommatrices puissent, en tout temps, connaître la quantité qu'elles possèdent et consomment et puissent respecter la Loi fédérale et les lois et règlements provinciaux ou municipaux ;
5. Maintenir la taille de police des mises en garde plus grande que celles des teneurs en THC et CBD afin d'éviter que ces taux deviennent des éléments publicitaires et promotionnels ;
6. Ajouter la mention des quantités de CBN total sur les étiquettes des produits puisque ce composé possède potentiellement des effets psychoactifs.
7. Ne pas autoriser des couleurs distinctes pour le couvercle et le contenant, autre que pour distinguer le THC du CBD et des produits mixtes. À défaut, Santé Canada devrait prévoir un encadrement ou des restrictions à ces choix de couleurs neutres et assurer une uniformité entre les produits.
8. Maintenir la neutralité et l'uniformité des informations contenues sur les étiquettes en ne proposant des règles claires sur les informations pouvant être ajoutées et sur les moyens de télécommunications utilisés et les designs de ces moyens de télécommunications (en particulier les pages web) dans le but d'assurer la qualité et la neutralité de l'information transmise.
9. S'assurer que les informations essentielles (notamment les mises en garde, composantes et concentrations des produits) soient mises en évidence sur l'emballage du contenu et ne soient pas reléguée au second plan ou dans un format d'affichage peu visible (ex. : à l'intérieur d'une étiquette pelable ou en accordéon).
10. Assurer la surveillance et le contrôle de l'encadrement des pages web et outils technologiques utilisés pour la diffusion des produits et des marques.

Chanvre et produits de santé naturels

11. Réglementer les pratiques promotionnelles et publicitaires en matière de produits du chanvre ou de produits dérivés du chanvre afin d'éviter la confusion et que les produits de chanvre ne soient des produits d'appel et d'initiation au cannabis.
12. Assurer un contrôle de l'homologation des produits à base de chanvre considérés comme des produits de santé naturels ;
13. Renforcer le processus d'homologation ainsi que les pratiques de surveillance, notamment en matière de publicités et d'étiquetage, des produits de santé naturels.

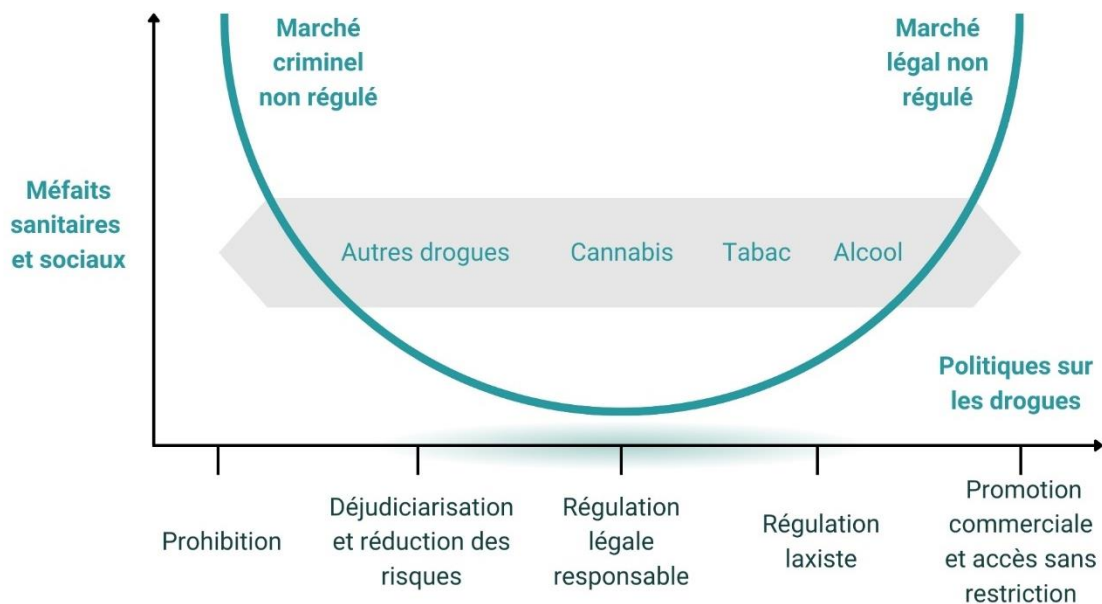
CONTEXTE

Le ministère de la Santé du Canada propose des modifications réglementaires en matière de cannabis. Par un [avis de consultation publié dans la Partie I de la Gazette du Canada \(vol. 158, n°23\) paru le 8 juin 2024](#), le Règlement modifiant certains règlements visant le cannabis (rationalisation d'exigences) est soumis pour consultation. L'Association pour la santé publique du Québec fait part dans ce mémoire de ses réflexions et recommandations relatives aux assouplissements réglementaires touchant la promotion et la publicité du cannabis afin de commenter les sections « Description » et « Analyse de la réglementation » de la proposition.

INTRODUCTION

L'encadrement légal des substances psychoactives comme le cannabis doit être fait dans un objectif de santé publique et de réduction des méfaits afin de trouver l'équilibre entre la libéralisation du marché et l'interdiction complète, permettant ainsi d'éviter des coûts sociaux et de santé. L'objectif est de répondre aux besoins des personnes qui consomment des substances et non pas de stimuler la demande et inciter à la consommation. Comme le montre le schéma de la [Figure 1](#) inspiré du concept de John Marks, favoriser la commercialisation et certaines pratiques promotionnelles en assouplissant les règles sont des pièges à évaluer attentivement. Il serait non seulement délétère pour la population, mais également contreproductif de contribuer à accroître la consommation et d'en payer le prix à travers le réseau public.

Un des risques associés à la légalisation de substances psychoactives est que l'emprise réglementaire, soit le détournement de la réglementation sous l'influence des intérêts commerciaux (« *regulatory capture* »), entrave l'intérêt public. Tel que relevé dans le cadre du Rapport sur la modernisation de la réglementation du Gouvernement du [Canada](#) sur les préoccupations relatives à la légifération de modifications aux mandats des organismes de réglementation, **la priorité devrait être axée sur la protection de la santé, de la sécurité et de l'environnement**. L'ASPQ met en lumière les assouplissements réglementaires susceptibles de favoriser des pratiques promotionnelles et publicitaires qui pourraient stimuler la demande et la consommation.



1Figure 2: Schéma adapté de l'Énoncé de position : réduction des méfaits (Association Québécoise des centres d'intervention en Dépendance, 2021) et How to regulate cannabis : a practical guide (Transform Drug Policy Foundation, 2016), 3e édition, page 31. Concept original par John Mark [Marks, J. The Paradox of Prohibition in "Controlled Availability: Wisdom or Disaster?", National Drug and Alcohol Research Centre, Université de Nouvelle-Galles du Sud; pages 7 à 10. 1990.]

IMPACTS PROMOTIONNELS DES MODIFICATIONS RÉGLEMENTAIRES

1. La diversification des produits contenant de l'alcool

Extraits des propositions réglementaires

Utilisation de l'alcool éthylique comme ingrédient

Santé Canada propose d'autoriser l'utilisation de l'alcool éthylique en tant qu'ingrédient dans certains produits de cannabis. L'alcool éthylique est actuellement autorisé dans les extraits de cannabis destinés à être ingérés et dans les produits comestibles de cannabis, dans des limites strictes.

Cette proposition de modification autoriserait également l'utilisation d'alcool éthylique en tant qu'ingrédient dans les extraits de cannabis inhalés jusqu'à un poids net maximal de 7,5 g. Santé Canada propose que l'alcool éthylique soit autorisé en tant qu'ingrédient jusqu'à une concentration maximale de 0,5 % poids/poids dans les extraits de cannabis ingérés dont le poids net est supérieur à 7,5 g.

Santé Canada propose d'autoriser l'utilisation d'alcool éthylique dénaturé comme ingrédient dans les produits topiques à base de cannabis, sans limite de concentration ou de poids net maximum.

Cette proposition de modification permettrait d'innover pour d'autres formes de produits contenant de l'alcool éthylique et existant dans d'autres cadres réglementaires, tels que les inhalateurs-doseurs et les produits de vapotage à base de nicotine.

Publicité et déclaration expresse ou implicite

Il resterait interdit à un emballage, une étiquette ou une promotion de cannabis de faire une déclaration expresse ou implicite associant le produit de cannabis, le cannabis, l'accessoire ou le service à une boisson alcoolisée.

Encourager le partenariat d'affaires et le développement de produits croisés entre l'alcool et le cannabis, en particulier dans les comestibles, les extraits pour ingestion et les extraits pour inhalation, peut s'avérer dommageable pour la santé de la population canadienne.

Selon Santé Canada, le THC peut contribuer à augmenter la stimulation positive et renforçantes de l'alcool^a, la consommation d'alcool, les risques de rechute à l'alcool et la sévérité des symptômes du sevrage alcoolique¹. Les effets sédatifs et psychomoteurs peuvent ainsi se décupler lors d'une consommation simultanée d'alcool et de cannabis².

Les risques d'intoxication sévère et de problèmes de santé sont augmentés lors d'un mélange d'alcool et de cannabis et cette combinaison peut même être fatale³. Elle est d'ailleurs reconnue par Santé Canada comme associée à une augmentation des capacités affaiblies et des méfaits en matière de sécurité routière⁴. À ce titre, l'encadrement du cannabis ou la libéralisation de l'encadrement ne doivent pas encourager une telle pratique de polyconsommation, ni faciliter l'accès à ce type de mélange combiné ainsi qu'à en promouvoir la distribution et la consommation.

^a Renforcement positif (effet sur le circuit de la réponse) ou négatif (éviter les effets désagréables du sevrage) ayant un impact sur les risques de troubles d'usage.

L'alcool, une substance d'initiation au cannabis

D'ailleurs, dans le cadre d'un [sondage et de groupes de discussion par Léger pour le compte de l'ASPQ](#)⁵, mené en 2020, auprès des personnes consommatrices régulières, occasionnelles et potentielles de cannabis :

- Un peu plus du quart des personnes consommatrices actuelles disent consommer « toujours » ou « souvent » de l'alcool en même temps que le cannabis (26 % des personnes consommatrices régulières et 28 % des occasionnelles) ;
- Des proportions supérieures de co-consommation d'alcool et de cannabis sont notées chez les 18-24 ans (33 %) et chez les personnes jugeant leur consommation de cannabis comme étant problématique (46 %) ;
- Pour la majorité des jeunes personnes qui consomment sur une base régulière et occasionnelle, l'initiation à l'usage du cannabis s'est déroulée lors d'un événement festif et social (party) sous l'influence de l'alcool.

Les stratégies marketing de l'industrie de l'alcool

La diversification ou la multiplication des produits fait partie des stratégies commerciales et de marketing bien connues et documentées en particulier dans le milieu de l'industrie de l'alcool. C'est l'un des moyens utilisés pour fidéliser les consommateurs et en attirer des nouveaux comme décrit dans [le rapport de l'ASPQ](#)⁶ sur le marketing de l'alcool. Cependant, la fidélisation à une substance psychoactive peut contribuer au développement d'un trouble d'usage.

L'industrie de l'alcool se rapproche aussi du marché du cannabis notamment pour diversifier son offre de produits tout en profitant d'un nouveau marché du cannabis (par ex. : l'association entre Molson Coors Canada et HEXO Corp. pour créer Truss Beverage Co)⁷. Le marché de l'alcool étant très libéralisé et jouissant d'un encadrement moins strict –mais engendrant des milliards en coûts sociaux et de santé–, l'État doit se montrer prudent à son influence et lobby lorsque vient le temps de déterminer des politiques en cannabis.

Les produits à faible teneur en alcool (0,5% ou moins) sont également de plus en plus présents sur le marché. Identifiés similairement aux couleurs et aux noms de grandes marques d'alcool connues, ils présentent des produits d'appel et d'initiation à la consommation⁸. [L'enquête de terrain de l'ASPQ](#)⁹ a permis de constater que les tactiques utilisées pour le marketing des boissons sans alcool reflètent celles utilisées dans le cadre du marketing de produits alcoolisés. Elles présentent des caractéristiques visuelles similaires à celles alcoolisées, les rendant souvent difficilement distinguables.

La révision du règlement

Santé Canada justifie la proposition par le fait que l'intégration d'alcool dans les produits est déjà permise pour les extraits de cannabis et les comestibles ainsi que dans d'autres cadres réglementaires (notamment pour le vapotage et en cosmétique). L'ASPQ postule que la présente révision réglementaire pourrait plutôt permettre de recadrer l'autorisation d'alcool dans les produits comestibles et rappelle que même s'il est permis par d'autres cadres réglementaires, l'allègement réglementaire n'est pas sans risque.

En fait, permettre de l'alcool avec le cannabis dans les produits comestibles peut, dans un contexte où les produits contenant peu d'alcool sont de plus en plus populaires, stimuler les besoins et la demande en plus de renforcer l'association et le développement d'une culture de consommation entre les deux substances.

L'ASPQ soutient la proposition de maintenir l'interdiction d'associer directement ou implicitement sur un emballage, une promotion ou une étiquette le produit de cannabis à une boisson alcoolisée. En ce sens, il importe aussi de préciser que la mention de l'ingrédient « alcool éthylique » ne puisse pas être affiché ou imprimé de manière à être plus visible sur les produits ou les fiches descriptives.

Recommandations

L'ASPQ est préoccupée par la volonté annoncée de diversifier les produits de cannabis, notamment inhalés, contenant l'alcool éthylique comme ingrédient même si, pour le moment, il s'agit de faibles concentrations. En ce sens, nous recommandons de :

- Interdire toute association et ajout d'alcool éthylique aux produits de cannabis notamment aux extraits pour inhalation ;
- Revoir la réglementation actuelle pour ne pas permettre le mélange d'alcool éthylique dans les produits de cannabis comestibles et les extraits pour ingestion et inhalation ;
- Maintenir et assurer l'application de l'interdiction de publiciser ou afficher directement ou indirectement l'association entre un produit du cannabis et une boisson alcoolisée ou l'ingrédient d'alcool.

2. L'élimination d'informations essentielles pour les consommateurs sur l'étiquetage

Extraits des propositions réglementaires

Quantités de THC et CBD

Selon les exigences actuelles, l'étiquette d'un produit de cannabis doit indiquer les quantités ou les concentrations de THC et de cannabidiol (CBD) contenues dans le produit à l'état initial, ainsi qu'après avoir été chauffé pour être activé. Il semble que les consommateurs aient du mal à comprendre l'étiquetage relatif à la puissance. Santé Canada propose que l'étiquetage de la puissance ne soit exigé que pour le THC total et le CBD total pour tous les produits.

Afin d'améliorer la lisibilité des renseignements principaux pour les consommateurs, Santé Canada propose d'autoriser que la taille de la police des renseignements relatifs aux cannabinoïdes et à la puissance soit aussi grande que celle du message de mise en garde pour la santé.

Équivalence au cannabis séché

Santé Canada propose de supprimer les exigences relatives aux mentions d'équivalence au cannabis séché sur les étiquettes des produits de cannabis (par exemple « contient l'équivalent de XX g de cannabis séché »).

Santé Canada propose d'éliminer certaines informations sur les contenants et étiquettes de produits de cannabis afin de permettre aux transformateurs d'apposer plus d'informations qu'ils pourraient juger pertinentes. L'ASPQ estime que certaines de ces informations qui seraient supprimées sont essentielles à une consommation éclairée par les personnes qui consomment des produits de cannabis.

Équivalences en grammes de cannabis séché

Pour respecter la Loi qui limite la possession de cannabis à un certain nombre de grammes de cannabis séché (30 grammes), les personnes consommatrices doivent pouvoir connaître le nombre de grammes qu'elles achètent ou possèdent. Sans cette mention d'équivalence accessible rapidement et facilement par le biais de l'étiquette, le respect conséquent de la Loi fédérale et des réglementations provinciales ou municipales peut s'avérer difficile.

Après un peu plus de cinq ans à afficher ces équivalences, les personnes consommatrices ont pu s'habituer à comparer et ajuster leurs quantités en fonction de cet équivalent de cannabis séché. Le mode de consommation le plus répandu demeure d'ailleurs le cannabis fumé, rapporté par 80 % des personnes consommatrices de cannabis selon le plus récent rapport du Vérificateur général du Québec¹⁰.

Quantités de CBD, de THC et d'autres composés

Il est compréhensible que l'indication des quantités de THC et de CBD à l'état initial et après chauffage puisse confondre et induire en erreur les personnes consommatrices sans l'explication associée. Toutefois, il est important, pour que les personnes consommatrices puissent faire des choix éclairés en regard de deux substances psychoactives différentes, de maintenir les quantités actives totales de THC et les quantités totales de CBD distinctement sur les produits.

Par ailleurs, de plus en plus de recherches présentent aussi le cannabinoïde (CBN, soit un dérivé du THC) comme un élément psychoactif une fois chauffé et pouvant contenir des propriétés psychoactives équivalentes à 10 % de celles du THC¹¹. Des effets thérapeutiques lui sont également vantés par l'industrie du cannabis¹².

Ainsi, de plus en plus de personnes désirent s'informer des différents composés du cannabis et recherchent des mentions sur les composés, psychoactifs ou non, sur les produits qu'elles consomment. Il pourrait être pertinent d'envisager d'ajouter la quantité de CBN sur les produits puisqu'il peut posséder des effets psychoactifs.

Selon le [sondage Léger pour le compte de l'ASPQ](#)¹³ auprès des personnes consommatrices régulières, occasionnelles et potentielles de cannabis, le tiers d'entre elles considère la quantité de certains composés du cannabis et l'effet recherché comme principaux facteurs influençant leurs achats :

- Plus du quart des personnes qui consomment régulièrement choisissent un produit parce qu'il contient un plus haut taux de THC pour les effets psychoactifs (28 %) ;
- Près du quart des personnes qui consomment régulièrement choisissent un produit parce qu'il contient autant du THC que du CBD (24 %) ;
- 14 % des personnes consommatrices régulières et 13 % des occasionnelles considèrent un produit qui possède un plus haut taux de CBD.

Taille des informations sur les composés

Comme mentionné dans l'avis de consultation, confirmé par notre sondage et groupes de discussion, plusieurs personnes consommatrices fondent leur achat en fonction du pourcentage de THC total ou de CBD total (teneur totale obtenue une fois le produit chauffé). C'est pourquoi il est important que la manière dont l'information est transmise ne devienne pas une forme de publicité et promotion pour mettre en valeur les produits à plus forte teneur en THC. Nous suggérons donc que la taille de police des mises en garde demeure plus grande que celle des teneurs des composés de THC et CBD dont l'affichage doivent également demeurer lisible.

La volonté de laisser de l'espace aux titulaires de licences pour apposer d'autres informations à leur discrétion ne doit pas se faire au détriment de la bonne compréhension des produits et des effets pour les personnes consommatrices. Par ailleurs, Santé Canada doit pouvoir s'assurer et contrôler que les informations ainsi ajoutées sur les étiquettes par les transformateurs sont bel et bien des informations factuelles à but informatif comme le précise la Loi. Cet espace sur les étiquettes ne doit pas devenir un espace publicitaire et promotionnel, y compris quant à l'exactitude des informations affichées. L'étiquetage devrait également mettre de l'avant les informations essentielles, y compris au niveau visuel.

Recommandations :

L'ASPQ est soucieuse des informations fournies aux personnes consommatrices afin que celles-ci puissent prendre des décisions libres et éclairées en matière de consommation et de possession de cannabis. Pour cette raison, il est recommandé de :

- Maintenir la mention d'équivalence en cannabis séché sur les étiquettes de produits du cannabis afin que les personnes consommatrices puissent, en tout temps, connaître la quantité qu'elles possèdent et consomment et puissent respecter la Loi fédérale et les lois et règlements provinciaux ou municipaux ;
- Maintenir la taille de police des mises en garde plus grande que celles des teneurs en THC et CBD afin d'éviter que ces taux deviennent des éléments publicitaires et promotionnels ;
- Ajouter la mention des quantités de CBN total sur les étiquettes des produits puisque ce composé possède potentiellement des effets psychoactifs.

3. L'aspect publicitaire des emballages et étiquetage

Extraits des propositions réglementaires

Emballage

Le couvercle et le contenant peuvent être de couleurs différentes pour tous les emballages de cannabis. Les découpes ou les emballages transparents seraient autorisés pour le cannabis séché, le cannabis frais et les graines.

Santé Canada propose de simplifier les exigences d'emballage :

- (1) d'autoriser la différenciation de couleur entre le couvercle ou le bouchon d'un contenant et le contenant lui-même ;
- (2) d'autoriser les découpes sur les emballages de produits de cannabis séché ou frais et de graines de cannabis, tout en maintenant l'exclusion des découpes pour toutes les autres catégories de cannabis ;
- (3) de permettre que les produits de cannabis séché ou frais, en plus des plantes et des graines de cannabis, soient emballés dans des contenants transparents, tout en maintenant les règles existantes qui prescrivent un emballage opaque ou translucide pour toutes les autres catégories de cannabis.

Les modifications proposées permettraient aux consommateurs d'évaluer visuellement la qualité de certains produits de cannabis, en particulier le cannabis séché, avant d'effectuer un achat, tout en maintenant des restrictions pour les catégories de cannabis qui peuvent être plus attrayantes pour les jeunes, telles que les produits comestibles.

Étiquetage

Santé Canada propose des modifications visant à élargir les options d'étiquetage en autorisant l'utilisation de codes à réponse rapide (QR) sur tout contenant utilisé pour emballer un produit de cannabis, en autorisant l'inclusion d'encarts d'information avec les produits de cannabis et en étendant l'autorisation d'étiquettes en accordéon ou d'étiquettes pelable à toutes les tailles d'emballage. Les étiquettes en accordéon ou pelables seraient autorisées sur les emballages de toutes tailles.

Les modifications proposées autoriseraient expressément l'utilisation de codes QR sur les produits de cannabis à quelque fin que ce soit, par exemple à des fins d'inventaire et de suivi ou pour permettre aux consommateurs d'accéder à des sites Web ou à d'autres renseignements.

Rolles et Murkin¹⁴ préviennent que l'emballage peut constituer un facteur-clé dans l'attrait des produits et sa promotion, tout en ajoutant que l'expérience acquise en matière de promotion par l'emballage des milieux du tabac et de l'alcool fournit des lignes directrices préférables pour la commercialisation du cannabis :

“Experience with alcohol and tobacco packaging provides useful guidance here, mostly on how not to proceed. [...] Branding and design of packaging plays a key role in the appeal of a product. [...] Design can act as a marketing device by making the product more eye-catching and attractive, which in turn helps facilitate product placement in a range of media and associations with certain desirable qualities or aspirant lifestyles for target markets. [...] Research clearly demonstrates how design and branding influence purchasing behaviors in ways designed to encourage increased initiation and use.”

Les modifications aux politiques d'emballage et d'étiquetage doivent se faire dans un souci d'éviter la promotion et d'assurer uniquement un meilleur accès et compréhension de l'information et des mises en garde. Le tout doit demeurer neutre, informatif uniquement et uniforme entre les marques.

Les couleurs de couvercles et de contenants

Santé Canada propose d'autoriser des couleurs distinctes pour le couvercle et le contenant. Le choix de ces couleurs et le duo de couleurs ainsi choisi par le titulaire de licence pourrait devenir un élément promotionnel distinctif de la marque.

Afin d'éviter que ces couleurs ne deviennent des éléments promotionnels et distinctifs de produits et de marques, il ne devrait pas être autorisé de permettre des couleurs distinctes. À défaut, Santé Canada devrait prévoir un encadrement ou des restrictions à ces choix de couleurs et assurer une uniformité entre les produits.

Utilisation d'étiquettes pelables et de codes QR

Comme l'ASPQ le démontrait dans [son mémoire soumis à Santé Canada](#) lors d'une dernière modification réglementaire sur l'étiquetage du cannabis, les informations sur les étiquettes et l'accès à ces informations peut devenir des publicités et éléments promotionnels en particulier par le biais des pages web des titulaires de licences.

Par exemple, plusieurs pages web de titulaires de licence sont colorés et proposent des jeux questionnaires pour mieux trouver le produit à acheter. Ces pages, loin de communiquer de l'information pertinentes et nécessaires aux personnes consommatrices, servent principalement d'outil promotionnel. Il en est de même de plusieurs pages de réseaux sociaux où les styles de vie associés à certains produits, terpènes ou catégories de cannabis sont mis de l'avant. D'autres exemples ont d'ailleurs été recensés dans [un rapport de l'ASPQ](#).

Permettre l'ajout d'étiquette pelable ou de codes QR menant à des pages web sans déterminer précisément les informations permises dans ces espaces ouvre la porte à davantage de publicité. Ceci est sans compter la difficulté que peut présenter la surveillance d'une multiplication des plateformes numériques par les services de sécurité publique et de Santé Canada. L'application des règles relatives aux contenus numériques et publicitaires pourrait s'en trouver encore plus complexe. Il est à rappeler que la Loi est censée permettre l'ajout de contenu que purement informatif et neutre.

Recommandations

L'ASPQ souhaite assurer que les assouplissements réglementaires touchant l'emballage et l'étiquetage ne deviennent pas des outils promotionnels et publicitaires considérant qu'il est reconnu que les design et formats des emballages et étiquetages sont des éléments attirants pour les personnes consommatrices. En ce sens, il est recommandé de :

- Ne pas autoriser des couleurs distinctes pour le couvercle et le contenant, autre que pour distinguer le THC du CBD et des produits mixtes. À défaut, Santé Canada devrait prévoir un encadrement ou des restrictions à ces choix de couleurs neutres et assurer une uniformité entre les produits.
- Maintenir la neutralité et l'uniformité des informations contenues sur les étiquettes en ne proposant des règles claires sur les informations pouvant être ajoutées et sur les moyens de télécommunications utilisés et les designs de ces moyens de télécommunications (en particulier les pages web) dans le but d'assurer la qualité et la neutralité de l'information transmise.
- S'assurer que les informations essentielles (notamment les mises en garde, composantes et concentrations des produits) soient mises en évidence sur l'emballage du contenu et ne soient pas reléguée au second plan ou dans un format d'affichage peu visible (ex. : à l'intérieur d'une étiquette pelable ou en accordéon).
- Assurer la surveillance et le contrôle de l'encadrement des pages web et outils technologiques utilisés pour la diffusion des produits et des marques.

4. Les libertés promotionnelles du chanvre industriel et des produits de santé naturels

Extraits des propositions réglementaires

Autoriserait la production de dérivés avec des parties de plantes exemptées énumérées à l'annexe 2 sans licence de transformation en vertu du Règlement, à condition que le dérivé ne contienne pas de phytocannabinoïdes isolés ou concentrés.

Abrogerait les tests de dépistage du THC pour les produits dérivés du chanvre et supprimerait les exigences relatives à l'étiquetage en gros, à l'importation et à l'exportation.

Le chanvre ou les produits issus du chanvre industriel ont une concentration en THC qui est, selon la réglementation actuelle, d'au plus 0,3% p/p (très faible teneur en THC)^b et ils ne sont pas tous considérés comme des produits de cannabis. Ils sont davantage considérés comme des produits de santé naturels et des produits textiles et, de ce fait, ils répondent, pour la grande majorité, à un encadrement législatif et réglementaire distinct.

Cependant, la différence physique entre ces plantes et produits n'est pas si facile à reconnaître ou à comprendre pour les personnes consommatrices. Or, les possibilités promotionnelles et publicitaires des produits de chanvre sont beaucoup plus nombreuses et larges comme illustré dans la section sur la commercialisation du chanvre dans [un rapport de l'ASPQ¹⁵](#) de 2020.

Confusion entre les produits

Il est, dans bien des cas, très difficile pour la personne consommatrice de distinguer le chanvre des autres produits du cannabis pour fins médicales et « récréatives », particulièrement sur le plan visuel où une

^b Article 1(2) du [Règlement sur le chanvre industriel](#) (Canada), DORS/2018-145.

feuille de chanvre et une feuille de cannabis sont pratiquement identiques. L'attrait de ces produits réside justement dans le fait qu'il s'agisse de produits dérivés d'une plante de la même espèce que le cannabis. Par conséquent, ils peuvent contribuer à promouvoir indirectement d'autres formes de cannabis.

Laxisme et stratégies publicitaires des produits de santé naturels

À l'instar de plusieurs produits de santé naturels vendus, les produits de chanvre sont souvent associés et présentés comme des produits de cannabis (élément de vente) et vendus pour leurs propriétés de bien-être, de soulagement des douleurs et de soins corporels. Souvent promus comme synonymes d'un style de vie plus « relaxe », « zen », « santé », « biologique » et « naturel », ils ciblent les personnes consommatrices avec ou sans autorisation médicale. Ils vantent aussi les vertus médicinales de ces produits du cannabis tant dans leurs descriptions de produits, les témoignages de clients ainsi que dans leurs emballages et leur graphisme.

D'ailleurs, l'ASPQ a dénoncé¹⁶ à maintes reprises le laxisme de l'encadrement publicitaire et de l'homologation des produits de santé naturels. Ceci alimente la confusion des personnes consommatrices par la vente de produits, dont l'efficacité et l'innocuité ne sont pas démontrés, mais qui affichent des allégations et des publicités trompeuses en affirmant le contraire.

Recommandations :

Une modification réglementaire facilitant la production et le commerce du chanvre industriel doit éviter toute possibilité de confusion et de promotion et de publicité trompeuses auprès des personnes consommatrices de produits de cannabis soumis à la Loi sur le cannabis. En ce sens, nous recommandons de :

- Réglementer les pratiques promotionnelles et publicitaires des produits de chanvre et des produits dérivés du chanvre afin d'éviter la confusion auprès des personnes consommatrices et que les produits de chanvre continuent d'être des produits d'appel et d'initiation au cannabis ;
- Assurer un contrôle de l'homologation des produits à base de chanvre considérés comme des produits de santé naturels ;
- Renforcer le processus d'homologation ainsi que les pratiques de surveillance, notamment en matière de publicités et d'étiquetage, des produits de santé naturels.

CONCLUSION

La légalisation du cannabis a permis d'assurer un accès légal et régulé à une substance psychoactive largement consommée au Canada. Devant les risques d'emprise réglementaire, il faut toutefois maintenir une vigilance et continuer à surveiller les stratégies commerciales ou d'influence de l'industrie du cannabis afin d'apporter les correctifs nécessaires pour assurer un équilibre entre l'accès au produit, la santé publique, la réduction des méfaits et un marché trop ouvert. L'objectif est d'éviter une augmentation de la consommation de cette substance en stimulant la demande tout en assurant le maintien d'un accès régulé dans un cadre assurant la protection de l'intérêt public. Les politiques et les règlements doivent être pensés dans un souci d'informer les personnes consommatrices tout en évitant de verser dans une promotion et une mise en marché qui pourrait inciter à la consommation de substances psychoactives et accroître les risques de développement de troubles d'usage.

RÉFÉRENCES

- ¹ Santé Canada (2018). *Renseignements destinés aux professionnels de la santé : Le cannabis (marijuana, marihuana) et les cannabinoïdes*, <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/drogues-medicaments/cannabis/reenseignements-medecins/reenseignements-destines-professionnels-sante-cannabis-cannabinoïdes.html>
- ² Santé Canada (2018). Précité note 1.
- ³ Agence ontarienne de protection et de promotion de la santé (Santé publique Ontario) (2018). « Facteurs de risque liés à la consommation simultanée d'alcool et de cannabis. », <https://www.publichealthontario.ca//media/documents/e/2018/eb-risk-factors-alcohol-cannabis.pdf?la=fr>
- ⁴ Santé Canada (2018). Précité note 1.
- ⁵ Roy, S. et Dessureault, M. (2021). « La consommation de cannabis et ses sphères d'influence au Québec », *Association pour la santé publique du Québec*, https://www.aspq.org/app/uploads/2021/10/rapport_perspective_consommation_cannabis_vf.pdf
- ⁶ Dessureault, M. (2021). « Portrait du marketing de l'alcool au Québec : des stratégies pour tous les goûts », *Association pour la santé publique du Québec*, https://www.aspq.org/app/uploads/2021/06/2020_rapport_4p_alcool_aspq_z.pdf
- ⁷ Roy, S. et Dessureault, M. (2021), précité note 5.
- ⁸ Miller M, Pettigrew S, Wright CJC (2022). "Zero-alcohol beverages: Harm-minimisation tool or gateway drink?", *Drug Alcohol Rev* 41: 546–549, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34370881/>
- ⁹ Dufour, A., Maire, F. et Bégin, T. (2023). « État des lieux sur l'abstinence et la faible consommation d'alcool chez les jeunes », *Association pour la santé publique du Québec*, <https://aspq.org/app/uploads/2024/01/rapport-jeunes-qui-consomment-peu-ou-pas-dalcool-vf.pdf>
- ¹⁰ Rivard, Caroline (2024). « Intégration et rétention des consommateurs de cannabis dans le marché légal » dans Rapport du Vérificateur général du Québec à l'Assemblée nationale pour l'année 2023-2024, *Vérificateur général du Québec*, https://www.vgq.qc.ca/Fichiers/Publications/rapport-annuel/208/VGQ_mai2024_ch3_SQDC.pdf
- ¹¹ INSPQ (2017). *Cannabis : effets psychoactifs*, [https://www.inspq.qc.ca/substances-psychoactives/cannabis/cannabis-effets-psychoactifs#:~:text=Le%20cannabinol%20\(CBN\)%20poss%C3%A8de%20des,les%20effets%20psychoactifs%20du%20THC.](https://www.inspq.qc.ca/substances-psychoactives/cannabis/cannabis-effets-psychoactifs#:~:text=Le%20cannabinol%20(CBN)%20poss%C3%A8de%20des,les%20effets%20psychoactifs%20du%20THC.)
- ¹² Corroon, J. (2021). « Cannabinol and Sleep: Separating Fact from Fiction », *Cannabis Cannabinoid Res.* 6 (5): 366-371, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34468204/>
- ¹³ Roy, S. et Dessureault, M. (2021), précité note 5.
- ¹⁴ Rolles, S. et Murkin, G. (2016). "How to Regulate Cannabis. A Practical Guide", Transform Drug Policy Foundation (2e édition), Royaume-Uni, p. 129-130
- ¹⁵ Dessureault, M. (2020). « Influence de l'encadrement et de la promotion du cannabis à des fins médicales au Québec : un portrait des différents marchés », *Association pour la santé publique du Québec*, https://www.aspq.org/app/uploads/2021/06/rapport_zones_grises_cannabis_medical_2020.pdf
- ¹⁶ Casu, G., Côté-Lévesque, A. et Rossier-Bisaillon, M.-J. (2023). « Santé Canada doit poursuivre sa lancée pour protéger la population », Mémoire présenté à Santé Canada par l'Association pour la santé publique du Québec, https://aspq.org/app/uploads/2023/07/2023-07-19_memoire-aspeq-frais-psn.pdf