

Tabac et véhicules
polluants : Mieux
réglementer 
pour freiner la
consommation 

Équiterre^o

Tabac et véhicules polluants : Mieux réglementer pour freiner la consommation

AUTRICE DU RAPPORT

Valérie Tremblay, Chargée de projet – Mobilité durable | Équiterre

RÉVISION

Julien Beaulieu, Chercheur en droit | Université de Sherbrooke

Anne-Catherine Pilon, Analyste politique – Mobilité durable | Équiterre

Marc-André Viau, Directeur – Relations gouvernementales | Équiterre

CONTRIBUTIONS

Andréanne Brazeau, Analyste politique – Climat et énergie | Équiterre

Heidi Comtois, Consultante et étudiante à la maîtrise en politiques publiques et internationales |
Université de Sherbrooke

Julie-Christine Denoncourt, Chargée de projet – Réduction à la source | Équiterre

Lisa Pastor Lallemand, Stagiaire en politiques – Climat et énergie | Équiterre

GRAPHISME

Marianne Legault, Designer graphique | Équiterre

TRADUCTION

Lee Zimmerman

© Équiterre – Juin 2024

À propos d'Équiterre

Équiterre s'est donné pour mission de travailler à rendre tangibles, accessibles et inspirantes les transitions vers une société écologique et juste. D'ici 2050, Équiterre vise à contribuer à l'émergence de solutions sur le terrain, à la transformation des normes sociales et à l'adoption de politiques publiques permettant de concrétiser de nouvelles façons de se nourrir, produire, consommer et se déplacer qui sont sobres en carbone, compatibles avec les écosystèmes et la justice sociale, et conçues à l'échelle de nos territoires et de leurs communautés.

Reconnue pour sa crédibilité et son pragmatisme, l'organisation réunit des expertes et experts en sensibilisation, en mobilisation et en politiques publiques. Équiterre s'active à influencer les décisions des citoyennes et citoyens, organisations et gouvernements afin d'accélérer la transition juste et écologique vers une société plus résiliente. L'organisme propose des solutions permettant de démontrer, rallier et influencer pour atteindre des résultats tangibles pour la transformation sociale souhaitable. Son expertise, ses réalisations, son réseau et sa portée

en font un acteur incontournable du mouvement climatique et environnemental. Forte de 30 ans d'expérience, Équiterre constitue l'une des organisations environnementales les plus influentes au Québec et au Canada, avec plus de 126 000 sympathisantes et sympathisants et 22 500 membres.

Équiterre s'intéresse depuis plusieurs années au rôle de la consommation et du marketing, plus particulièrement des véhicules à essence, dans la crise écologique. En 2019, l'organisme a lancé un projet de recherche [Comprendre la hausse des camions légers au Canada](#), qui s'est notamment penché sur le rôle et les pratiques publicitaires de l'industrie automobile.

Grâce à ce bagage de connaissances et de pistes de solutions, Équiterre poursuit ses efforts dans le cadre de sa campagne de sensibilisation panquébécoise sur les impacts des véhicules utilitaires sport, [Évaluez vos vrais besoins](#), et de la coalition [Renversons la tendance](#), qui milite pour un encadrement plus strict de la publicité automobile au Canada.

Sommaire exécutif

Contexte

La nécessité de réduire le nombre de véhicules à essence sur les routes apparaît consensuelle auprès des gouvernements du Québec et du Canada, lesquels se sont munis de cibles d'interdiction de vente à l'horizon de 2035. Cependant, sans mesures dissuasives à court terme, un trop grand nombre de ces véhicules continueront de circuler et d'avoir un impact néfaste sur la santé publique et l'environnement bien après cette échéance.

L'expérience de lutte contre le tabagisme a prouvé que les gouvernements possèdent les moyens et le pouvoir réglementaire pour limiter la consommation d'un produit nocif pour la population. Les politiques en la matière ont réussi à restreindre la consommation de tabac et à atténuer ses effets néfastes.

Ce rapport s'interroge ainsi sur les politiques publiques ayant permis de diminuer l'usage du tabac au Québec et au Canada, et sur l'existence de mécanismes similaires pour les véhicules à essence. Bien que ces produits servent différentes fins, cette analyse reste pertinente pour comprendre l'impact des réglementations sur des produits jugés nuisibles à la santé publique.

Méthodologie

Le rapport mène une analyse comparative des politiques régissant la consommation de tabac et de véhicules à essence, tout en examinant les tendances actuelles à travers une revue de la littérature et de l'actualité. Il explore également les politiques automobiles à l'échelle nationale et internationale, s'appuyant sur les données recueillies dans l'étude d'Équiterre en 2022 sur la hausse des camions légers au Canada.

Constats

L'évolution de l'usage de l'automobile peut être comparée à celle de la consommation de tabac au 20^e siècle, avec des similitudes frappantes dans leurs impacts sur la santé publique et l'environnement. Les stratégies publicitaires massives de l'industrie automobile rappellent celles de l'industrie du tabac, véhiculant des valeurs de liberté et de prestige, et promouvant un style de vie plutôt qu'un simple produit. De plus, comme le tabagisme, l'automobile crée une dépendance non seulement par la nécessité pratique des déplacements, mais aussi par une attache psychologique fortement ancrée. Les infrastructures et l'aménagement du territoire continuent de favoriser l'usage de la voiture,

renforçant cette dépendance. Enfin, les deux sources constituent de grandes contributrices à la pollution de l'air, contenant des substances toxiques similaires et impactant particulièrement les populations les plus vulnérables. Cependant, **alors que la consommation de tabac a diminué grâce à une réglementation rigoureuse, le nombre de véhicules à essence continue d'augmenter, soulignant la nécessité d'un encadrement semblable.**

L'évolution de la réglementation du tabac au Canada, marquée par des interdictions publicitaires, des avertissements graphiques sur les paquets, et des hausses de taxes, a conduit à une réduction significative du taux de tabagisme, passant de **50 % en 1965 à 10 % en 2020**. À l'inverse, la réglementation des véhicules polluants, marquée par l'instauration de normes d'émissions et de consommation de carburant ainsi que des incitations à la vente de VZE, n'a pas empêché une croissance continue du nombre de véhicules sur les routes, passant de **12,6 millions en 1990 à 24,3 millions en 2020**. En matière de publicité automobile, malgré des avis et des lignes directrices, l'autorégulation persiste, sans contraintes légales strictes, bien que la *Loi sur la concurrence* et la *Loi sur la protection du consommateur* interdisent les pratiques trompeuses, avec une application limitée et générale. Tandis que la publicité pour le tabac est interdite depuis des décennies, celle pour les automobiles reste ainsi peu réglementée.

Les deux industries ont utilisé des tactiques similaires pour retarder la réglementation, telles que des campagnes de désinformation et la promotion de solutions superficielles. L'industrie automobile, tout comme celle du tabac, a minimisé les effets néfastes de ses produits et résisté aux régulations en avançant des arguments économiques et pratiques. Les deux industries ont également externalisé la responsabilité des impacts négatifs sur les consommateur(-trice)s et utilisé des stratégies de responsabilité sociale pour améliorer leur image. Une approche volontaire de la réglementation s'est avérée inefficace, comme le montre l'exemple du tabac, et des réglementations strictes s'avèrent nécessaires pour protéger la santé publique.

Recommandations

Malgré les engagements des gouvernements en matière de climat et d'électrification, les mesures actuelles sont insuffisantes pour freiner la hausse du nombre de véhicules polluants et réduire les émissions de GES des véhicules. En s'inspirant de la lutte contre le tabagisme – qui a été jalonnée par des actions allant de la reconnaissance comme enjeu de santé publique à l'encadrement de la publicité et des lieux d'usage, jusqu'à l'application de mesures fiscales – plusieurs pistes d'action peuvent être explorées et rapidement déployées pour décourager l'achat de véhicules à essence.

| Recommandation | Sous-recommandations |
|---|---|
| Reconnaître la hausse du nombre de véhicules polluants comme un enjeu de santé publique | |
| Resserrer l'encadrement de la publicité automobile | Créer un code canadien sur la publicité automobile |
| | Rendre obligatoire l'affichage d'informations relatives aux impacts sur la sécurité et l'environnement et au prix des véhicules |
| | Inclure des messages de promotion de la mobilité durable |
| | Publier des lignes directrices sur la performance environnementale |
| | Mettre en place un mécanisme de surveillance pour assurer le respect aux normes publicitaires |
| | Diminuer progressivement la publicité des véhicules polluants |
| Multiplier la création de zones à faible ou à zéro émission | |
| Interdire la commandite d'événements et les partenariats publics | |
| Réformer le système de fiscalité automobile | Instaurer un système de redevance-remise plus efficace |
| | Indexer la taxe sur l'essence |
| | Instaurer la tarification kilométrique |