

Le 2 novembre 2020

Comité permanent de l'environnement et du développement durable  
131, rue Queen, 6<sup>e</sup> étage  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6  
Canada  
[ENVI@parl.gc.ca](mailto:ENVI@parl.gc.ca)

**Objet : Initiatives pour encourager l'achat de véhicules à émission zéro**

**I. INTRODUCTION**

Je suis heureux de soumettre ce mémoire au Comité permanent de l'environnement et du développement durable (le Comité). En bref, je suis professeur associé à la faculté de droit de l'Université de Calgary, où mon programme de recherche actuel porte sur le droit et la politique en matière de changement climatique et sur le rôle et les contributions du secteur des transports du Canada en particulier. Le profil de ma faculté se trouve à l'adresse suivante : <https://law.ucalgary.ca/profiles/olszynski>

Par le biais de ce mémoire, j'espère convaincre le Comité du mérite d'adopter plusieurs mesures peu coûteuses (pour le gouvernement) afin de sensibiliser le public aux avantages des véhicules à émissions zéro (ZEV) ainsi qu'aux dangers des changements climatiques associés aux moteurs à combustion interne. Ces mesures comprennent **l'obligation d'apposer des étiquettes d'avertissement visibles et non ambiguës sur les véhicules à moteur à combustion interne** (en particulier les camionnettes et les VUS à fortes émissions), ainsi que des **restrictions sur la publicité de ces véhicules**. Ces recommandations découlent des similitudes étonnamment fortes entre le défi actuel de la lutte contre les changements climatiques et le défi précédent de la lutte contre le tabagisme et les maladies liées au tabac. Elles découlent également de la conclusion inévitable qu'en se lançant dans leurs campagnes de production et de commercialisation de véhicules à fortes émissions sans avertir les consommateurs des risques climatiques qui y sont associés, **les constructeurs automobiles semblent avoir enfreint, et continuer à enfreindre, les normes de diligence qui leur sont applicables**.

Mon mémoire est organisé comme suit. La partie suivante (II) présente un bref historique de la réglementation et des litiges relatifs au tabac. La troisième partie établit un parallèle avec la vague croissante de litiges sur le climat contre le secteur des combustibles fossiles et explore la responsabilité potentielle de l'industrie automobile<sup>1</sup>. La quatrième partie présente mes recommandations et les études qui les étayent.

---

<sup>1</sup> Cette partie s'inspire librement de Martin Olszynski, Sharon Mascher et Meinhard Doelle, « From Smokes to Smokestacks: Lessons from Tobacco for the Future of Climate Change Liability » (2018) 30:1 Georgetown Env. L. Rev. 1: <https://www.law.georgetown.edu/environmental-law-review/wp-content/uploads/sites/18/2018/05/30-1-From-Smokes-to-Smokestacks-Lessons-from-Tobacco-for-the-Future-of-Climate-Change-Liability.pdf>

## II. BREF HISTORIQUE DE LA RÉGLEMENTATION ET DES LITIGES RELATIFS AU TABAC

À première vue, la comparaison entre les produits du tabac et les produits à base de combustibles fossiles semble choquante pour beaucoup de gens. Comme le disait un éditorial du Calgary Herald il y a quelques années : « [La comparaison] ne résiste pas à un examen même superficiel. L'un est un produit qui est toujours dangereux pour la santé humaine lorsqu'il est consommé, l'autre est un produit de base du monde moderne<sup>2</sup>. »

La réalité, bien sûr, est que le tabagisme n'a pas toujours été considéré comme dangereux (et est en fait toujours considéré comme ayant une certaine utilité par certains individus, comme le prouve le fait de continuer à fumer). Dans les années 1950, les cigarettes étaient omniprésentes, avec près de la moitié des Américains qui fumaient<sup>3</sup>. Contrairement aux normes et standards actuels, le tabagisme était acceptable dans pratiquement tous les contextes et lieux : dans les maisons et les voitures, dans les écoles et les universités, dans les restaurants et les bars, et sur les lieux de travail (y compris les assemblées législatives)<sup>4</sup>.

Tout cela a commencé à changer en 1952. Cette année-là, le Readers Digest a publié un article intitulé « Cancer by the Carton », qui résumait en langage simple les conclusions scientifiques alarmantes de cette époque : fumer des cigarettes augmente le risque de cancer. Les deux années suivantes ont vu les taux de consommation baisser pour la première fois, mais elles ont également marqué la genèse de la campagne menée par l'industrie du tabac pendant des décennies pour semer le doute sur les preuves scientifiques croissantes qui relient la consommation de tabac à la maladie<sup>5</sup>. Le directeur de la santé publique des États-Unis a publié son premier avertissement officiel en 1964<sup>6</sup>. **La loi fédérale américaine sur l'étiquetage et la publicité des cigarettes (la *Federal Cigarette Labeling and Advertising Act*) a été adoptée l'année suivante, exigeant que les paquets de cigarettes portent une étiquette indiquant « Attention : Fumer peut être nocif pour votre santé », ainsi que d'autres avertissements sur les paquets. Cet avertissement a été mis à jour dans la loi de 1969 sur la santé publique et le tabagisme (la *1969 Public Health Cigarette Smoking Act*), qui a également interdit la publicité à la télévision et à la radio.** Dans les années 1970, plusieurs États ont commencé à imposer des restrictions sur le tabagisme dans les lieux publics. L'industrie du tabac ainsi que les industries connexes (comme le secteur des services) se

---

<sup>2</sup> « Environmental Groups Forget Where Their Pleadings Would Take Us », *The Calgary Herald* (éditorial) (30 mai 2014), <http://calgaryherald.com/opinion/editorials/editorial-environmental-groups-forget-where-their-pleadings-would-take-us> [TRADUCTION]

<sup>3</sup> Rabin, Robert L., « A Sociological History of the Tobacco Tort Litigation », (1992) 44 *Stanford Law Review* 853 at 855 [je souligne].

<sup>4</sup> Voir Luca Paoletti, Bianca Jardin, Matthew Carpenter, Michael K Cummings, & Gerard Silvestri, « Current Status of Tobacco Policy and Control », (2012) 27:4, *Journal of Thoracic Imaging*, 213, en ligne : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3409436/>

<sup>5</sup> Cette campagne est bien détaillée dans Oreskes, Naomi & Conway, Erik, *Merchants of Doubt: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Climate Warming* (New York: Bloomsbury Press, 2010)

<sup>6</sup> Voir United States Department of Health, Education, and Welfare. « Smoking and Health: Report of the Advisory Committee to the Surgeon General of the Public Health Service ». Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, Public Health Service, Center for Disease Control; 1964. PHS Publication n° 1103.

sont opposées à des interdictions similaires, mais elles ont inévitablement été suivies dans l'ensemble des États-Unis et dans le reste du monde occidental, y compris au Canada<sup>7</sup>.

Parallèlement à cette évolution, plusieurs vagues de litiges privés intentés par des personnes souffrant de maladies liées au tabagisme ont eu lieu - presque toutes sans succès. **L'orientation et la viabilité des litiges liés au tabac n'ont pas changé avant le début des années 1990, lorsque plusieurs États américains ont cherché à récupérer non pas les coûts privés, mais plutôt les coûts publics des soins de santé liés aux maladies associées au tabac.** Cette stratégie a permis aux plaignants des États d'éviter bon nombre des écueils rencontrés par les plaignants individuels, notamment des ressources financières limitées et des difficultés avec les doctrines de droit applicables. Certains États, comme la Floride, ont adopté des lois pour faciliter ces actions. Aux États-Unis, cette bataille juridique a abouti à ce qui est maintenant connu sous le nom de Master Settlement Agreement de 1998, dont les termes comprenaient :

- environ **240 milliards de dollars américains pour le recouvrement des dépenses de Medicaid encourues par ses près de cinquante États signataires;**
- **restrictions importantes sur la publicité pour les cigarettes;**
- **création d'une fondation pour la prévention du tabagisme** et démantèlement de diverses initiatives de l'industrie du tabac<sup>8</sup>.

Au Canada, la Colombie-Britannique a été la première province à suivre l'exemple des États, en adoptant en 1997 la *Tobacco Damages and Health Care Costs Recovery Act*<sup>9</sup> – loi qui a maintenant été adoptée par presque toutes les provinces. Toutefois, contrairement au règlement conclu aux États-Unis, le litige au Canada est en cours. Le gouvernement fédéral des États-Unis a également intenté sa propre action en justice contre neuf fabricants de cigarettes et deux organisations commerciales liées au tabac, alléguant que les défendeurs avaient enfreint et continuaient d'enfreindre la *Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act*. Sept ans plus tard, dans l'affaire *United States v. Philip Morris USA, Inc et al.*<sup>10</sup>, le gouvernement a eu largement gain de cause dans une affaire que le tribunal de district des États-Unis pour le District de Columbia a décrite comme suit :

**[Cette affaire] concerne une industrie, et en particulier ces défendeurs, qui survit et tire profit de la vente d'un produit hautement addictif qui cause [...] une souffrance humaine et des pertes économiques incommensurables, et qui exerce une pression profonde sur le système national de santé. Ces faits sont connus des défendeurs depuis au moins 50 ans [...] En bref, les défendeurs ont commercialisé et vendu leur produit mortel avec zèle, avec tromperie, en se concentrant**

---

<sup>7</sup> Voir Neil Collishaw, « History of tobacco control in Canada » (novembre 2009) Médecins pour un Canada sans fumée, en ligne [en anglais seulement] : [http://www.smoke-free.ca/pdf\\_1/2009/history%20of%20tobacco%20control%20in%20canada.pdf](http://www.smoke-free.ca/pdf_1/2009/history%20of%20tobacco%20control%20in%20canada.pdf),

<sup>8</sup> Pour en savoir plus sur le Master Settlement Agreement, voir <http://www.publichealthlawcenter.org/topics/tobacco-control/tobacco-control-litigation/master-settlement-agreement>

<sup>9</sup> SBC 1997, c 41.

<sup>10</sup> 449 F.Supp.2d 1 (D.D.C. 2006).

sur leur réussite financière, et sans tenir compte de la tragédie humaine ou des coûts sociaux associés à cette réussite.

Comme le montre la partie suivante, ce cadre de savoir et de déni — avec preuves à l'appui — a maintenant été explicitement adopté dans la vague croissante de litiges sur le climat.

### III. DU TABAC AUX CHEMINÉES (ET AUX TUYAUX D'ÉCHAPPEMENT)

#### A. La vague actuelle de litiges concernant le climat

En 2017, cinq municipalités californiennes (le comté de San Mateo, le comté de Marin et la ville d'Imperial Beach, dans un premier temps, San Francisco et Oakland dans un second) ont déposé des demandes d'indemnisation contre un grand nombre des plus grandes pétrolières et gazières du monde, dont Exxon Mobil, Chevron, BP, Shell et la société canadienne Encana, en affirmant que ces sociétés devraient être tenues responsables de leur part des coûts actuels et futurs engagés par ces municipalités en raison des changements climatiques, et notamment de ceux liés à l'élévation du niveau des mers<sup>11</sup>. Plusieurs autres procès intentés par des États ont suivi et en sont à divers stades<sup>12</sup>. De plus en plus, et comme dans le contexte du tabac, ces poursuites allèguent la connaissance des risques des changements climatiques et l'absence de mise en garde des consommateurs :

**Les défendeurs, de grandes entreprises membres de l'industrie des combustibles fossiles, savent depuis près d'un demi-siècle que la production et l'utilisation sans restriction de leurs produits à base de combustibles fossiles créent une pollution par les gaz à effet de serre qui réchauffe la planète et modifie le climat [...] Ils se sont néanmoins engagés dans un effort coordonné et multiforme pour dissimuler et nier leur propre connaissance de ces menaces, discréditer le corpus croissant de preuves scientifiques accessibles au public et semer constamment le doute dans l'esprit des clients, des consommateurs, des régulateurs, des médias, des journalistes, des enseignants et du public sur la réalité et les conséquences des effets de leur pollution par les combustibles fossiles. Dans le même temps, les défendeurs ont favorisé et profité d'une augmentation massive de l'extraction et de la consommation de pétrole<sup>13</sup>.**

D'après les récents reportages des médias, ce même raisonnement semble s'appliquer également au secteur automobile :

**Les scientifiques de deux des plus grands constructeurs automobiles américains savaient déjà dans les années 1960 que les émissions des**

---

<sup>11</sup> Pour en savoir plus sur ce litige, voir Martin Olszynski, « In the Growing Wave of Climate Litigation, Could the Automobile Industry be Next? » (13 octobre 2017), en ligne [en anglais seulement] : ABlawg, [http://ablawg.ca/wp-content/uploads/2017/10/Blog\\_MO\\_Climate\\_Litigation.pdf](http://ablawg.ca/wp-content/uploads/2017/10/Blog_MO_Climate_Litigation.pdf)

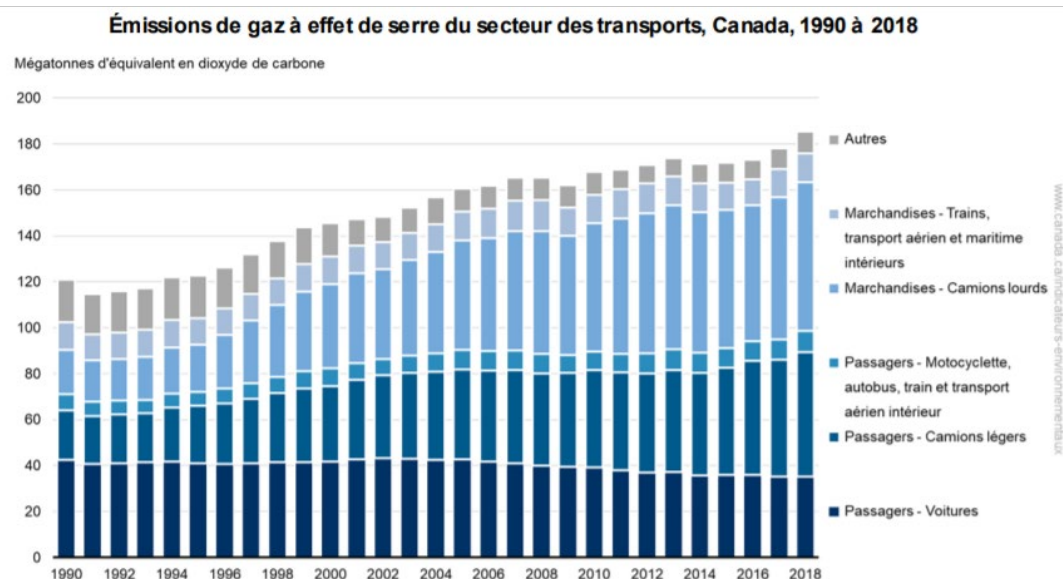
<sup>12</sup> Le Sabin Centre for Climate Change Law à l'Université Columbia suit tous les litiges sur les changements climatiques aux États-Unis et ailleurs dans le monde : <http://climatecasechart.com/>

<sup>13</sup> *County of San Mateo v Chevron Corp.*, numéros de dossier : 3:17-cv-04929-MEJ

**voitures provoquent des changements climatiques [...] Mais dans les décennies qui ont suivi, les deux constructeurs n'ont pratiquement pas agi en sachant que leurs produits réchauffaient la planète. Au lieu d'abandonner les combustibles fossiles, les entreprises ont investi massivement dans des camions et des VUS voraces en carburant.** Parallèlement, les deux constructeurs automobiles ont fait des dons privés de plusieurs centaines de milliers de dollars à des groupes qui mettent en doute le consensus scientifique sur le réchauffement climatique<sup>14</sup>.

## B. La contribution du secteur automobile aux émissions du Canada

Selon [la plus récente évaluation \(2020\)](#) d'Environnement et Changement climatique Canada (ECCC), le secteur des transports est responsable de 25 % des émissions du Canada. Bien sûr, le secteur n'est pas homogène, mais il est plutôt constitué du transport des marchandises (avion et camion), du transport de passagers (aviation, autobus et train) et de véhicules personnels, qui se divisent entre les camions légers et les voitures :

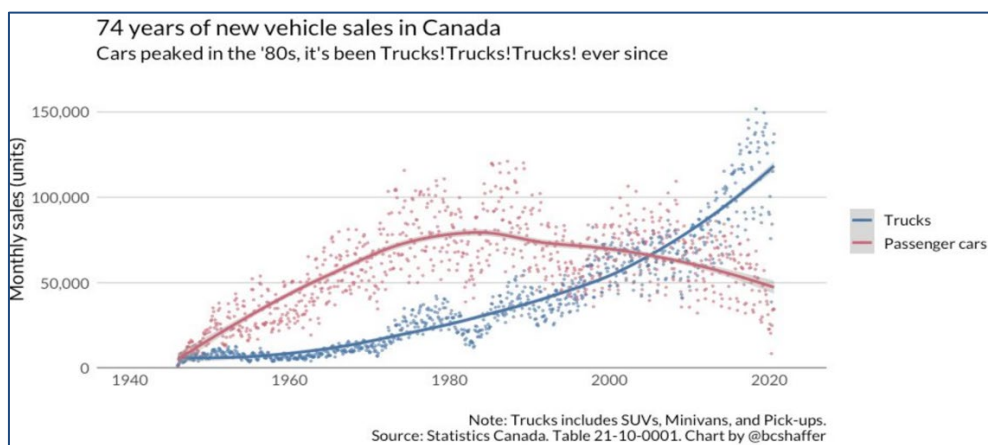


Abstraction faite pour l'instant de l'augmentation significative des émissions des camions de marchandises, ce qui est surprenant, c'est que les émissions des voitures ont en fait diminué, mais que celles des camions légers ont considérablement augmenté. Selon ECCC :

**Entre 1990 et 2018, une partie de l'augmentation des émissions de GES était due à une augmentation du nombre de véhicules sur la route et aux changements dans les types de véhicules utilisés. Alors que les émissions totales provenant du transport de passagers ont augmenté de 39 %, les émissions provenant des voitures ont diminué de 17 % tandis que les émissions provenant des camions légers (incluant les camionnettes, les fourgonnettes et les véhicules utilitaires sport) ont plus que doublé.**

<sup>14</sup> Maxine Joselow, « GM, Ford knew about climate change 50 years ago » (26 octobre 2020) <https://www.eenews.net/stories/1063717035>

Blake Shaffer, professeur d'économie à l'Université de Calgary, a récemment compilé les données relatives aux ventes de véhicules neufs au Canada au cours des 70 dernières années (voir figure ci-dessous). Alors que les ventes de voitures semblent avoir atteint un sommet dans les années 1980, les ventes de véhicules utilitaires sport et de camions ont commencé à s'accélérer au cours de la dernière décennie. Entre 2000 et 2010, les ventes de camions ont représenté moins de 50 % de toutes les ventes de véhicules (oscillant autour de 47 %), dépassant les ventes de voitures en 2014 et représentant maintenant 56 % de toutes les ventes (2019). **En supposant que les ventes de camions soient restées à 47 % et que la consommation moyenne d'émissions soit de 8 L/100 km pour les voitures et de 12 L/100 km pour les camions, le secteur automobile canadien aurait émis environ 18 Mt de moins de GES au cours de la dernière décennie.**



English	Français
74 years of new vehicle sales in Canada	74 ans de ventes de véhicules neufs au Canada
Cars peaked in the '80s, it's been Trucks! Trucks! Ever since	La voiture trônait au sommet dans les années 1980, mais c'est maintenant le camion qui domine depuis
Monthly sales (units)	Ventes mensuelles (unités)
Trucks	Camions
Passenger cars	Voitures
Note : Trucks includes SUVs, Minivans, and Pick-ups.	Note : Les VUS, les mini-fourgonnettes et les camionnettes sont inclus dans la catégorie des camions.
Source : Statistics Canada. Table 21-10-0001. Chart by @bshaffer	Source : Statistique Canada. Tableau 21-10-0001. Graphique de @bshaffer

Autrement dit, au cours **des décennies pendant lesquelles la compréhension scientifique des changements climatiques a considérablement progressé, les constructeurs automobiles canadiens se sont lancés dans une campagne visant à produire et à vendre de plus en plus de véhicules à fortes émissions.** Il est intenable,

dans ce contexte, que le secteur prétende qu'il ne faisait que répondre à la demande des consommateurs et qu'il « ne peut pas contrôler les goûts des consommateurs »<sup>15</sup>. Les cinq plus grands constructeurs (General Motors, Ford, Toyota, Fiat Chrysler et Honda) ont dépensé environ 10 milliards de dollars en publicité en 2019<sup>16</sup>. C'est une somme astronomique à consacrer à quelque chose que le secteur prétend ne pas pouvoir contrôler.

### C. Les constructeurs automobiles ont-ils enfreint leur norme de diligence?

Le comportement des constructeurs automobiles canadiens semble être négligent, ce qui revient à une entorse à la norme de diligence applicable aux constructeurs automobiles. En vertu du droit canadien de la responsabilité civile, cette norme est fondée avant tout sur une évaluation des « risques raisonnablement prévisibles ». **Il était tout à fait prévisible, au moins au tournant du 21<sup>e</sup> siècle (et probablement avant), que l'augmentation de la production et de la commercialisation des camions de passagers et des VUS entraînerait une hausse des émissions cumulées et, par conséquent, un risque accru de changements climatiques anthropiques.** À tout le moins, les constructeurs automobiles avaient le **devoir d'avertir** les consommateurs de ces risques au point de vente<sup>17</sup>.

Le secteur ne peut se contenter de respecter les normes réglementaires applicables, par exemple le *Règlement sur les émissions de gaz à effet de serre des automobiles à passagers et des camions légers*, [DORS/2010-201](#). Bien que pertinent, le simple respect des normes réglementaires n'est pas suffisant pour juger de la norme de diligence du secteur et de sa responsabilité potentielle en cas de négligence. La déclaration qui fait le plus autorité sur ce point est l'arrêt de la Cour suprême du Canada dans *Ryan c. Victoria (Ville)*, [1999] 1 RSC 201, [1999 CanLII 706 \(CSC\)](#) aux paragraphes 28 et 29 :

[28] Une conduite est négligente si elle crée un risque de préjudice objectivement déraisonnable. Pour éviter que sa responsabilité ne soit engagée, une personne doit agir de façon aussi diligente que le ferait une personne ordinaire, raisonnable et prudente placée dans la même situation. Le caractère raisonnable d'une conduite dépend des faits de chaque espèce, y compris la probabilité qu'un préjudice connu ou prévisible survienne, la gravité de ce préjudice, et le fardeau ou le coût qu'il faudrait assumer pour le prévenir. En outre, on peut se fonder sur des indices externes de conduite raisonnable tels que l'usage, la pratique dans l'industrie concernée et les normes législatives ou réglementaires.

[29] **Les normes législatives sont pertinentes à l'égard de la norme de diligence en common law, mais leur portée ne coïncide pas nécessairement.** Le fait qu'une loi prescrive ou interdise certaines activités peut contribuer à établir ce qui constitue une conduite raisonnable dans une

---

<sup>15</sup> Greg Keenan, Shawn McCarthy, « Ottawa crafting plan to boost use of zero-emission vehicles », *The Globe and Mail* (26 mai 2017), en ligne : <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/ottawa-crafting-plan-to-boost-use-of-zero-emission-vehicles/article35121541/>

<sup>16</sup> Voir <https://www.statista.com/statistics/261767/advertising-spending-of-selected-automobile-manufacturers-in-the-us/#statisticContainer>.

<sup>17</sup> Linden, Klar, Feldthusen, *Canadian Tort Law: Cases and Materials*, 14<sup>th</sup> ed, at 499.

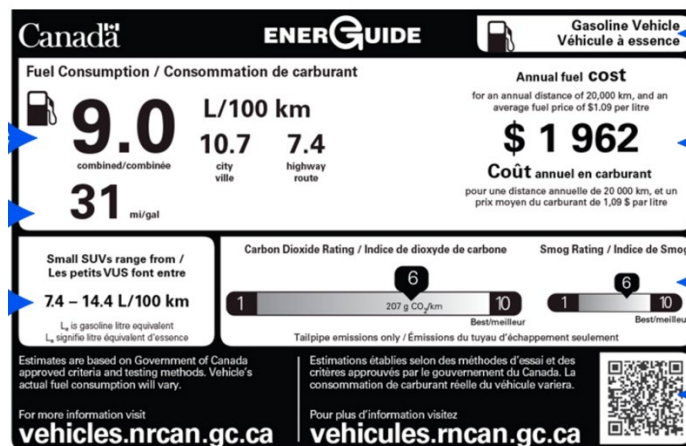
situation donnée, mais cela n'éteint pas l'obligation sous-jacente d'agir de façon raisonnable. [...] **De même, le seul fait que la loi ait été observée n'empêche pas en soi de conclure à la responsabilité civile [...]**

Cette audience du Comité n'est évidemment pas le lieu où l'on détermine les questions de responsabilité civile - il est très probable qu'elles seront finalement réglées devant un tribunal. La discussion qui précède vise plutôt à fournir avant tout le contexte nécessaire à la compréhension des recommandations que j'adresse au Comité.

#### IV. RECOMMANDATIONS

##### 1. Adoption d'étiquettes de mise en garde contre les changements climatiques sur les véhicules à moteur à combustion interne

**Le Canada est à la traîne en ce qui concerne l'étiquetage des émissions**<sup>18</sup>. Sur les dix-huit pays étudiés en 2015, le Canada était l'un des trois seuls (les 20 % inférieurs) dont le programme d'étiquetage des émissions était volontaire<sup>19</sup> et dont l'adhésion a été mise en doute<sup>20</sup>. En outre, à ce stade, le simple étiquetage des émissions est probablement une manière beaucoup trop nuancée de faire comprendre les implications climatiques de l'achat de véhicules à moteur à combustion interne à fortes émissions.



**L'étiquetage devrait devenir immédiatement obligatoire** en vertu du [Règlement sur l'efficacité énergétique](#) du Canada, administré par Ressources naturelles Canada (RNCAN). **Les étiquettes devraient également être plus claires en ce qui concerne les risques climatiques.** Les étiquettes pourraient varier en fonction des catégories de

<sup>18</sup> La Loi sur l'efficacité énergétique et le [Règlement de 2016 sur l'efficacité énergétique](#), appliqués par Ressources naturelles Canada (RNCAN), n'exigent pas l'étiquetage des émissions pour les nouveaux véhicules.

<sup>19</sup> Groupe de travail sur l'énergie du Forum de coopération économique Asie-Pacifique, « A Review and Evaluation of Vehicle Fuel Efficiency Labeling and Consumer Information Programs » (2015) :

[http://www.theicct.org/sites/default/files/publications/VFEL%20paper%20ICCT\\_%20for%20APEC%20-%202012%20Nov%202015%20FINAL.pdf](http://www.theicct.org/sites/default/files/publications/VFEL%20paper%20ICCT_%20for%20APEC%20-%202012%20Nov%202015%20FINAL.pdf)

<sup>20</sup> Voir <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/many-car-dealers-not-using-fuel-efficiency-labels-report-says/article12023150/>



véhicules à émissions (par exemple, rouge pour les véhicules à émissions élevées, jaune pour les véhicules à émissions moyennes et vert pour les véhicules à faibles émissions) et pourraient être appliquées à tous les véhicules ou seulement aux nouveaux véhicules. L'essentiel serait d'aller au-delà des déclarations fades sur le rendement énergétique et de lier les émissions aux effets des changements climatiques. Cette recommandation est basée sur un examen des recherches sur l'efficacité des étiquettes de mise en garde dans le contexte du tabac et des émissions des véhicules (voir l'annexe A de ce dossier).

## 2. Restrictions sur la publicité pour les voitures à moteur à combustion interne

Le Comité devrait envisager l'interdiction de la publicité « style de vie » pour les camions et les VUS, ainsi que des restrictions sur la publicité de commandite<sup>21</sup>. Ces restrictions relèveraient de la compétence du gouvernement fédéral au même titre que les restrictions sur la publicité pour le tabac<sup>22</sup>.

Selon la *Loi sur le tabac* du Canada, la « publicité de style de vie » est définie au paragraphe 22(4) comme étant la « publicité qui associe un produit avec une façon de vivre, tels le prestige, les loisirs, l'enthousiasme, la vitalité, le risque ou l'audace ou qui évoque une émotion ou une image, positive ou négative, au sujet d'une telle façon de vivre ». Une grande partie de la publicité associée aux camions et aux VUS semble entrer dans cette catégorie, le message étant que l'achat de ces véhicules transformera le consommateur en une personne active, de type plein air, sans aucune indication sur les effets des changements climatiques qui résulteront probablement de leur utilisation à grande échelle. J'entreprends actuellement une recherche sur les tendances de la publicité automobile au Canada au cours des vingt dernières années et je serais heureux de partager les résultats avec le Comité lorsqu'elle sera terminée.

## V. CONCLUSION

Comme il y a été fait allusion au début de la partie II, certaines parties de ce dossier peuvent sembler déconcertantes pour les membres du Comité. À mon avis, cependant, il est encore plus choquant qu'en 2020, le Canada n'exige toujours pas d'étiquettes d'émissions sur les véhicules à moteur à combustion interne. Il est également plus choquant, à mon avis, que le secteur automobile se soit lancé dans une campagne de production de masse et de promotion des camions et des VUS au moment précis où les connaissances scientifiques et la compréhension des risques des changements climatiques anthropiques sont devenues concluantes<sup>23</sup>. Les conséquences de cette décision ne sont pas négligeables : elles représentent près de **20 MT d'émissions de GES supplémentaires au cours de la dernière décennie** pour le seul secteur

---

<sup>21</sup> Certains groupes au Royaume-Uni proposent déjà de telles restrictions, voir :

[https://www.theguardian.com/environment/2020/aug/03/ban-suv-adverts-to-meet-uk-climate-goals-report-urgues?CMP=Share\\_AndroidApp\\_Other](https://www.theguardian.com/environment/2020/aug/03/ban-suv-adverts-to-meet-uk-climate-goals-report-urgues?CMP=Share_AndroidApp_Other)

<sup>22</sup> *Canada (Procureur général) c. JTI-Macdonald Corp.*, [2007] 2 RCS 610.

<sup>23</sup> Voir, par exemple, GIEC, 2007: *Contribution des Groupes de travail I, II et III au quatrième Rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat [Équipe de rédaction principale, Pachauri, R.K. et Reisinger, A. (publié sous la direction de~)].* GIEC, Genève, Suisse, 103 pages, en ligne :

[https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4\\_syr\\_fr.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4_syr_fr.pdf)

automobile, soit à peu près l'équivalent de **toutes les émissions de l'Île-du-Prince-Édouard pour la même période**<sup>24</sup>.

Merci de votre attention,

Martin Z. Olszynski  
Professeur agrégé  
Faculté de droit de l'Université de Calgary

---

<sup>24</sup> Voir <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/changements-climatiques/emissions-gaz-effet-serre/sources-puits-sommaire-2020.html#toc3>

## ANNEXE A : ÉTUDE SUR L'EFFICACITÉ DES ÉTIQUETTES DE MISE EN GARDE

En gros, les recherches suggèrent que **les étiquettes illustrées sont plus efficaces que les mises en garde textuelles, et que des mises en garde plus grandes et plus complètes sont également plus efficaces.**

1) David Hammond et al., « Graphic Canadian Cigarette Warning Labels and Adverse Outcomes: Evidence from Canadian Smokers », (2004) 94:8 Am J Public Health 1442 (online: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1448469/?tool=pmcentrez>)

- On se concentre sur les étiquettes de mise en garde canadiennes relativement explicites sur les paquets de cigarettes
- On a conclu que ces étiquettes étaient efficaces en ce sens qu'elles créent des réactions émotionnelles négatives, qui incitent les fumeurs à être plus enclins à arrêter ou à réduire leur consommation de tabac plus tard.

2) Xioquan Zhao et al., « Cigarette warning labels : graphics, framing, and identity » (2014) 114:2 Health Education 101 (en ligne : <https://doi.org/10.1108/HE-06-2013-0024>)

- On a examiné les effets des étiquettes de mise en garde (à la fois les étiquettes textuelles ou textuelles et imagées);
- Les étiquettes ont été mises en place pour souligner soit les conséquences négatives du tabagisme, soit les avantages de ne pas fumer;
- Les étiquettes les plus efficaces sont les mises en garde illustrées qui mettent l'accent sur les effets néfastes sur la santé.

3) Marc C Willemsen, « The new EU cigarette health warnings benefit smokers who want to quit the habit: results from the Dutch Continuous Survey of Smoking Habits » (2005) 15:4 Eur J Public Health 389 (online: <https://doi.org/10.1093/eurpub/cki061>)

- On a conclu que les nouvelles mises en garde rendaient les cigarettes moins attrayantes et étaient particulièrement efficaces auprès des fumeurs qui avaient déjà l'intention d'arrêter de fumer;
- Les fumeurs sont moins enclins à acheter des cigarettes, préfèrent acheter un paquet sans les mises en garde, fument moins et sont plus motivés à cesser de fumer;
- Les fumeurs qui n'avaient pas l'intention de renoncer à la cigarette ont réagi de manière défensive et ont affirmé être moins motivés.

### Des recherches ont également été menées sur l'efficacité des étiquettes de voitures

1) Gary Haq & Martin Weiss, « CO2 labelling of passenger cars in Europe: Status, challenges, and future prospects » (2016) 95 Energy Policy 324. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2016.04.043>

- On se concentre sur la directive de l'Union européenne qui exige des étiquettes sur les véhicules;

#### Tableau 1.

Principales recommandations pour accroître l'efficacité de l'étiquetage des voitures dans l'Union européenne.

Aspect	Recommandation
--------	----------------

Mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les États membres devraient être obligés de mettre en place un étiquetage explicite et coloré (complétant les informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>).</li> <li>• La possibilité d'étendre l'étiquetage des voitures aux voitures d'occasion devrait être étudiée.</li> </ul>
Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un modèle d'étiquette normalisé devrait être adopté, à l'image de l'étiquette énergétique de l'UE.</li> <li>• Les dimensions de l'étiquette visuelle et la taille de la police de caractères des informations affichées devraient être agrandies.</li> </ul>
Position	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étiquettes doivent être placées à des endroits bien visibles et prédéfinis sur la voiture, dans la salle d'exposition des voitures, et dans tout matériel en ligne ou imprimé.</li> </ul>
Étiquetage métrique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> propres à la distance présentées sur l'étiquette devraient correspondre à celles que connaît le consommateur moyen; l'introduction de la WLTC marque une étape importante vers la réalisation de cet objectif.</li> <li>• Le cas échéant, l'introduction de facteurs de correction génériques ou l'utilisation de données sur les émissions routières obtenues lors des essais d'émissions en situation de conduite réelle pourrait être envisagée aux fins de l'étiquetage des voitures.</li> <li>• Il faudrait convenir d'un calendrier prévisionnel pour redéfinir la classification de l'étiquetage afin de différencier les véhicules qui émettent entre zéro et 100 g de CO<sub>2</sub>/km. Pour ce faire, il conviendrait d'intégrer les nouvelles technologies de propulsion dans l'étiquetage des voitures.</li> <li>• Si l'utilité du véhicule doit être prise en compte pour l'étiquetage métrique, le paramètre d'utilité réelle doit être choisi avec soin pour éviter les incitations perverses; des analyses supplémentaires sont nécessaires.</li> </ul>
Échelle d'étiquetage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une échelle d'étiquetage à 7 degrés, désignée par les lettres A à G, devrait être mise en œuvre de manière uniforme.</li> <li>• - La classification des voitures devrait être mise à jour régulièrement.</li> <li>• - L'introduction de catégories « A+ » ou « A++ » indiquant un rendement élevé doit être évitée.</li> </ul>
Renseignements complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les coûts de carburant doivent être présentés sur la base d'une mesure bien connue et facilement modulable (par exemple, EUR par 10 000 km).</li> <li>• La présentation de la consommation d'électricité en fonction de la distance, des informations sur les émissions du puits à</li> </ul>

la roue et des émissions de polluants doit être prise en compte.

Surveillance

- Il convient de soutenir le contrôle obligatoire et régulier de l'efficacité de l'étiquetage des voitures et l'échange d'informations entre les États membres.

**Il existe également des recherches sur l'efficacité des restrictions à la commercialisation de divers produits, dont le tabac.** Dans l'ensemble, ces recherches suggèrent que les restrictions peuvent être utiles. Toutefois, les restrictions partielles, telles que celles qui ne sont appliquées qu'à des moments limités ou sur certains types de médias, n'ont pas été efficaces.

1) Karin A Kasza et al, « The Effectiveness of Tobacco Marketing Regulations on Reducing Smokers' Exposure to Advertising and Promotion: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey » (2011) 8:2 Int J Environ Res Public Health 321. (en ligne : doi:[10.3390/ijerph8020321](https://doi.org/10.3390/ijerph8020321))

- La réglementation du marketing (les restrictions) des produits du tabac entraîne une réduction de la sensibilisation des participants au marketing du tabac.
- Cependant, les publicités en magasin et les prix spéciaux se sont avérés problématiques pour attirer l'attention des fumeurs sur les produits du tabac, que les restrictions ne couvraient pas.

2) Henry Saffer & Frank Chaloupka, « The effect of tobacco advertising bans on tobacco consumption ». (2000) 19:6 Journal of Health Economics 1117.

[https://doi.org/10.1016/S0167-6296\(00\)00054-0](https://doi.org/10.1016/S0167-6296(00)00054-0)

- « La principale conclusion de cette recherche est que la publicité pour le tabac augmente la consommation de tabac. Les données montrent également que des interdictions globales de publicité peuvent réduire la consommation de tabac, mais qu'un ensemble limité d'interdictions de publicité n'aura que peu ou pas d'effet.[traduction] » (p. 1134)

3) F Harris et al., « Effects of the 2003 advertising/promotion ban in the United Kingdom on awareness of tobacco marketing: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey ». (2006) 15 :iii Tobacco Control 26.

[http://tobaccocontrol.bmj.com/content/15/suppl\\_3/iii26](http://tobaccocontrol.bmj.com/content/15/suppl_3/iii26)

- Cette étude a comparé le degré de sensibilisation des fumeurs adultes du Royaume-Uni au Canada, aux États-Unis et à l'Australie. L'étude a révélé que la sensibilisation à la promotion du tabac a considérablement diminué après l'entrée en vigueur de l'interdiction de la publicité. Les auteurs suggèrent que les résultats de cette étude soutiennent l'idée que les interdictions globales de la publicité et de la promotion des produits du tabac sont efficaces pour réduire le tabagisme.