

Montréal, 23 février, 2009

**Communiqué des Produits Standard, membre d'Électro-Fédération Canada, sur les inquiétudes au sujet des lampes fluorescentes compactes (LFC)**

De récents rapports concernant des problèmes de santé reliés aux lampes fluorescentes compactes (LFC), ont soulevé des craintes auprès du public. Afin de rassurer les consommateurs, l'Association des fabricants d'équipement électrique du Canada (EEMAC) a émis un communiqué précisant que les informations contenues dans les rapports ont été, en grande partie, prises hors contexte, alarmant inutilement la population canadienne.

Fabriquées à partir de la même technologie que les lampes fluorescentes qui sont utilisées en toute sécurité en milieu résidentiel et commercial depuis les années 1940, les LFC sont rapidement devenues un produit d'éclairage populaire auprès des Canadiens.

Chaque jour, des milliers de Canadiens choisissent en toute confiance les LFC afin de conserver l'énergie, économiser de l'argent et aider à protéger l'environnement. Il est important de noter que toutes les sources lumineuses, y compris la lumière naturelle, émettent des rayons UV en légère quantité. Utilisés de façon responsable et dans des conditions normales, ces produits d'éclairage ne posent aucun danger pour le consommateur moyen.

L'EEMAC juge important de réaffirmer que toutes les LFC fabriquées et vendues par les membres d'Électro-Fédération Canada, répondent aux normes de l'industrie ou les dépassent, y compris les normes relatives aux émissions d'UV. L'industrie de l'éclairage a pris toutes les mesures nécessaires pour offrir aux consommateurs une vaste gamme de produits d'éclairage éconergétiques, y compris les lampes LFC, les lampes halogènes éconergétiques ainsi que les lampes DEL.

Pour de plus amples informations sur les LFC, veuillez consulter les sites Web suivants:

1. [Compact Fluorescent Lamps \(CFLs\) – Fact Sheet/FAQ](#) (Anglais)
2. [Energy Star](#)
3. [NEMA reports on UV](#) (Anglais)
4. [European Lamp Companies Federation](#) (Anglais)

Bien à vous,



Jason Prevost  
Marketing Manager

