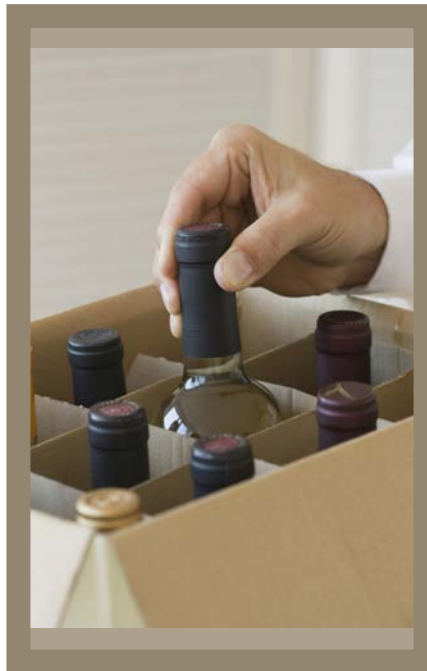


Directives relatives à la réclame de l'alcools

Titulaires de permis d'exploitation d'un centre
de fermentation libre-service, de permis de
livraison d'alcool et de permis de circonstances

Octobre 2016



Commission des alcools et des jeux de l'Ontario

90 AV SHEPPARD E ● BUREAU 200

TORONTO ON M2N 0A4

Téloc : 416 326-8711

Tél : 416 326-8700 ou 1 800 522-2876 (interurbains sans frais en Ontario)

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2016 ● English is also available

site Web : www.agco.on.ca

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	4
Définitions.....	6
Principes directeurs relatifs à la réclame à l'intention des titulaires de permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, de permis de livraison d'alcool et de permis de circonstance.....	7

INTRODUCTION

Les règlements pris en application de la *Loi sur les permis d'alcool* permettent aux titulaires de permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, de permis de livraison d'alcool et de permis de circonstance de faire la réclame de l'alcool, de la disponibilité d'alcool ou d'autres services qu'ils offrent relativement à l'alcool, conformément aux Directives relatives à la réclame de l'alcool du registrateur.

Les directives portent sur des questions précises concernant la réclame d'alcool et proposent des façons d'interpréter les critères stipulés dans les règlements. Les notes qui suivent chaque directive visent à faciliter l'interprétation; elles ne sont nullement exhaustives dans leur portée.

Bien que les titulaires de permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, de permis de livraison d'alcool et de permis de circonstance ne soient pas tenus d'obtenir l'approbation préalable de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO), il leur incombe de s'assurer que la réclame qui porte leur raison sociale ou leur marque d'alcool, ou qui est appuyée par eux, est conforme aux paramètres établis dans les règlements et dans les présentes directives.

Toute réclame qui va au-delà de ce qui est permis peut faire l'objet de mesures disciplinaires de la part du registrateur des alcools, des jeux et des courses ou d'une ordonnance de cessation de la part du registrateur. Toute contravention à la Loi sur les permis d'alcool ou à ses règlements peut entraîner des mesures liées à la conformité et à l'exécution de la loi.

Les réclames proposées devraient être examinées en fonction à la fois du message explicite et du message implicite qu'elles véhiculent. Les directives s'appliquent à tous les aspects de l'annonce, aussi bien aux éléments évidents, comme le texte, le graphisme, les paroles d'une chanson, le scénario ou les images d'une vidéo, qu'aux éléments moins évidents, qui n'en ont pas moins d'effet, comme la musique de fond, la tonalité de la voix, etc.

Les titulaires d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, d'un permis de livraison d'alcool ou d'un permis de circonstance sont responsables de toute réclame (et de toute marchandise) exposée ou distribuée par quiconque sur laquelle figure leur nom ou tout autre signe permettant de les identifier ou d'identifier leurs marques d'alcool. Cela englobe toute réclame autorisée faite pour le compte d'un fabricant ou d'un titulaire de permis de

vente. Les titulaires d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, d'un permis de livraison d'alcool ou d'un permis de circonstance ne sont pas responsables si la réclame n'a pas été autorisée et qu'il s'est employé avec diligence à mettre fin à celle-ci une fois qu'il en a pris connaissance.

Les titulaires d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, d'un permis de livraison d'alcool ou d'un permis de circonstance doivent démontrer qu'ils ont exercé une diligence raisonnable et pris toutes les mesures nécessaires pour assurer la conformité.

La Commission peut, de temps à autre, publier d'autres interprétations.

DÉFINITIONS

Par « réclame », on entend toute annonce, représentation ou activité publique, y compris les activités de promotion et de commercialisation, dont l'objectif est d'attirer l'attention sur l'alcool, la marque de fabrique d'un alcool, le nom d'un lieu où de l'alcool est disponible ou où il est possible de fabriquer de l'alcool, le nom sous lequel le titulaire d'un permis mène ses activités ou le fait que de l'alcool peut être livré. Les expressions « annonce publicitaire », « publicité », « faire de la publicité » ou « faire de la réclame » ont un sens correspondant.

Par « publicité d'intérêt public », on entend toute publicité dont le message s'oppose fortement à la consommation immodérée d'alcool et qui n'appuie ni directement ni indirectement un alcool, la marque de fabrique d'un alcool ou la consommation d'alcool.

- (i) Pour les besoins des présentes directives, « réclame » signifie toute mesure prise pour attirer l'attention sur une entreprise ou un service et les faire connaître au public. Ce terme recouvre les catégories déjà connues sous le nom de publicité d'intérêt public, publicité d'entreprise, publicité de marque, activités promotionnelles, achats d'espace publicitaire et pratiques de commercialisation courantes.
- (ii) La mention de produits, de fabricants, d'établissements pourvus d'un permis, etc. dans un texte rédactionnel ne sera pas assimilée à de la réclame.

Par « alcool », on entend la bière, le vin et les spiritueux ou une combinaison de ceux-ci.

Par « registrateur », on entend le registrateur des alcools, des jeux et des courses.

Principes directeurs relatifs à la réclame à l'intention des titulaires de permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, de permis de livraison d'alcool et de permis de circonstance

- 1. Le titulaire d'un permis de circonstance pour événement privé n'est pas autorisé à faire la réclame ou la promotion de l'alcool ou de la disponibilité d'alcool.**

Sauf en ce qui concerne la publicité d'intérêt public, le titulaire d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, d'un permis de livraison d'alcool ou d'un permis de circonstance doit veiller à ce que toute réclame proposée remplisse les conditions suivantes :

- 1) La réclame représente l'usage ou le service d'alcool de façon conforme au principe de modération.**
 - Une annonce publicitaire ne doit pas promouvoir une consommation excessive, pas plus qu'elle ne doit montrer une consommation excessive ou prolongée, une quantité surabondante d'alcool, ni des occasions ou des situations dans lesquelles la consommation d'alcool entraînerait vraisemblablement un risque pour les personnes représentées. Une réclame, par exemple, ne peut pas laisser entendre que l'on consomme plus de trois boissons alcoolisées lors d'une seule occasion.
- 2) La réclame fait la promotion d'une marque ou d'un type d'alcool général mais elle ne fait pas la promotion de la consommation d'alcool en général.**
 - Les annonces publicitaires ne doivent pas vanter les mérites de la consommation.
 - Les annonces publicitaires ne peuvent pas affirmer ou laisser entendre que le produit a des qualités nutritives, curatives, diététiques, stimulantes ou sédatives. Elle peut toutefois exposer les attributs réels du produit communément reconnus par des organismes qui font autorité en la matière (tels que le Centre de toxicomanie et de santé mentale, Santé et Bien-être social Canada

ou des associations médicales provinciales ou nationales), à condition que les attributs en question soient propres à la marque ou au type d'alcool qui fait l'objet de l'annonce et que celle-ci n'encourage pas la consommation d'alcool en général.

3) La réclame ne suggère pas que la consommation d'alcool est une condition requise pour :

- a) **atteindre ou améliorer la réussite sociale, professionnelle ou personnelle;**
- b) **atteindre ou améliorer la prouesse sportive;**
- c) **atteindre ou améliorer la prouesse sexuelle et l'attrait sexuel ou trouver une occasion d'activité sexuelle;**
- d) **tirer du plaisir d'une activité quelconque;**
- e) **réaliser un but quel qu'il soit;**
- f) **régler des problèmes sociaux, physiques ou personnels.**

- i) Lorsqu'une personnalité donne son appui à un produit, cela ne doit jamais laisser entendre, directement ou indirectement, que la consommation d'un alcool quelconque a contribué à sa réussite dans son domaine ou en quelque autre de ses activités.

4) La réclame ne parle pas à l'imagination des jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire, que ce soit directement ou indirectement, et n'est pas placée dans des médias qui visent spécifiquement un public n'ayant pas l'âge légal de boire.

- i) Il est interdit d'utiliser pour la réclame de l'alcool une personnalité susceptible d'attirer, directement ou indirectement, les jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire, si cette réclame appuie, de façon explicite ou implicite, l'alcool ou la consommation d'alcool. Les personnalités comprennent des personnages connus pour leur rôle dans l'histoire, la politique, la religion ou la culture, de même que les vedettes et les champions sportifs. (Cela ne s'applique pas à la publicité d'intérêt public en autant que la personnalité qui y apparaît n'appuie ni directement ni indirectement un produit ou la consommation d'alcool.)
- ii) Il est interdit d'utiliser dans une réclame des chansons pour enfants, des personnages fictifs, etc. ou d'imiter de tels personnages ou chansons.

- iii) Un titulaire de permis peut, en utilisant son nom ou une marque d'alcool, fournir des bourses d'études ou des récompenses financières à l'intention de jeunes poursuivant des études postsecondaires.
- iv) Il est interdit de faire de la réclame dans les médias, notamment des magazines, qui s'adressent spécifiquement aux jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire. Les annonces publicitaires associées à un film diffusé en salle ou distribué sur cassette vidéo sont autorisées si le film est classifié comme étant « Réservé aux 18 ans et plus », mais interdites s'il est classifié comme étant « Convient à tous ». Il faudra se montrer très vigilant en ce qui concerne les films classifiés dans la catégorie « Surveillance parentale recommandée » « Les moins de 14 ans doivent être accompagnés d'un adulte » ou « Les moins de 18 ans doivent être accompagnés d'un adulte », conformément aux directives de la Commission de contrôle cinématographique de l'Ontario, afin de s'assurer que le film lui-même ne vise pas spécifiquement un public de jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire. Aucune réclame ne peut être placée sur un support fixe en plein air à moins de 200 mètres d'une école primaire ou secondaire.
- v) Il est interdit de placer des annonces publicitaires qui appuient directement ou indirectement un alcool ou la consommation d'alcool à des endroits axés spécialement sur les jeunes n'ayant pas l'âge légal de boire. Cette restriction s'applique même si des statistiques font apparaître que le public touché est composé à 51 % de personnes en âge de boire, car il est fort possible qu'un moyen de communication ou un lieu soit axé sur des jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire, mais qu'il attire un public composé principalement de personnes plus âgées. Un concert peut, par exemple, très bien s'adresser à de jeunes enfants, mais compter parmi son auditoire un nombre important de parents.
- vi) L'emploi de chansons parlant avant tout à l'imagination des jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire est interdit.
- vii) L'apparition de personnalités qui serait normalement interdite dans une réclame du fait que ces personnalités sont susceptibles d'attirer des jeunes n'ayant pas l'âge légal de boire est autorisée

si la présence de la personnalité n'est que d'une importance secondaire pour la réclame et qu'elle n'augmente pas l'attrait de la réclame pour les jeunes n'ayant pas l'âge légal de boire.

- viii) Malgré le présent paragraphe, il est permis de faire de la réclame en vue d'attirer l'attention des jeunes n'ayant pas l'âge légal de boire et de la placer dans des médias qui s'adressent spécifiquement à ces jeunes, à condition que la réclame ne contienne aucune mention de la disponibilité d'alcool.

5) La réclame n'associe pas la consommation d'alcool à la conduite d'un véhicule à moteur ni à l'exécution d'une quelconque activité qui nécessite une attention ou des capacités particulières ou qui présente un certain danger.

- i) Il est interdit de représenter des personnes avec de l'alcool si elles s'adonnent à une activité, quelle qu'elle soit, qui requiert une attention ou des capacités particulières ou qui présente un certain danger, ou si elles sont sur le point de le faire ou qu'elles s'y préparent. (Il peut s'agir d'une activité professionnelle, sportive ou artisanale ou d'une activité de détente.) Voici quelques exemples de ce type d'activités :

le ski	la natation	le hockey	la garde d'enfants	la chasse
le football	le base-ball	le travail	le volley-ball	la course
les études	le bateau	la sculpture	le surf	etc.

- ii) Il est interdit d'associer la consommation d'alcool à l'exécution d'un aspect quelconque d'une activité qui nécessite une adresse ou des capacités très particulières, si une tentative d'imitation par une personne qui ne possède la même adresse ni les mêmes capacités ou par un jeune n'ayant pas l'âge légal de boire pourrait présenter un danger.
- iii) En cas de mise en scène d'une activité qui requiert une attention ou des capacités particulières ou qui présente un certain danger, il doit être bien clair que les personnes que l'on voit avec de l'alcool ne sont que des spectateurs ou qu'elles consomment le produit après avoir fini de participer à l'activité en question pour la journée.

- iv) La mise en scène de véhicules participant à des courses automobiles, des compétitions, des concours, des expositions ou d'autres manifestations publiques est autorisée pour faire la réclame d'alcool, à condition toutefois de ne pas l'associer à une représentation graphique du produit (bouteilles, canettes, verres ou autres) et de ne pas faire spécifiquement référence à la teneur en alcool du produit (degré d'alcool en pourcentage du volume total).

6) La réclame ne montre pas un véhicule à moteur qui se déplace s'il y a consommation d'alcool à moins qu'il s'agisse d'un véhicule de transport en commun.

- i) Il est interdit de montrer une personne avec de l'alcool si elle conduit un véhicule à moteur, si elle est sur le point de le faire ou si elle s'y prépare. Rien ne doit, directement ou indirectement, porter à croire qu'une personne qui est représentée avec de l'alcool va conduire un véhicule à moteur.
- ii) Une réclame dont le scénario inclut la consommation d'alcool ne doit pas montrer de véhicule à moteur qui se déplace, sauf si ce véhicule est un moyen de transport en commun. Une telle réclame peut montrer des véhicules à moteur stationnés ou des véhicules qui se déplacent si ceux-ci sont des autobus, des trains, des avions, des taxis, des bateaux pourvus d'un permis, etc.
- iii) La mise en scène de véhicules à moteur participant à des courses automobiles, des compétitions, des concours, des expositions ou d'autres manifestations publiques est autorisée pour faire la réclame d'alcool, à condition toutefois de ne pas l'associer à une représentation graphique du produit (bouteilles, canettes, verres ou autres) et de ne pas faire spécifiquement référence à la teneur en alcool du produit (degré d'alcool en pourcentage du volume total).

7) La réclame ne suggère pas la vente, l'achat, le don, la manutention ou la consommation d'alcool dans des circonstances illégales.

- i) Une annonce publicitaire ne doit pas montrer un titulaire de permis qui donne gratuitement de l'alcool à un client ni une personne qui donne de l'alcool en cadeau à un jeune qui n'a pas l'âge légal de boire.

- ii) Il est interdit de montrer la manutention illégale d'alcool. Une réclame ne peut pas, par exemple, montrer quelqu'un qui traverse la frontière avec de l'alcool de contrebande.
- iii) Une réclame ne doit pas montrer ou suggérer qu'il y a consommation d'alcool dans un lieu où celle-ci est interdite en Ontario, comme, par exemple, sur une plage publique, dans un parc public, sur un bateau privé sans couchettes, etc.
- iv) Il est permis de montrer de l'alcool dans un lieu où la consommation de celui-ci est interdite à condition qu'il soit bien clair qu'il s'agit d'un plan conçu spécialement pour mettre le produit en valeur et qu'il n'y ait aucune trace de personnes ni de consommation préalable ou imminente.

2. Le titulaire d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service, d'un permis de livraison d'alcool ou d'un permis de circonstance ne peut offrir de cadeau ni donner la possibilité de recevoir un cadeau en échange de l'achat d'alcool.

- i) Les offres liées à l'achat unique de services ou d'ingrédients sont permises; elles ne doivent cependant pas être liées à des achats multiples tels que les clubs d'acheteurs fréquents.