

Commission des alcools  
et des jeux de l'Ontario

# **Directives relatives à la réclame de l'alcool**

## **Titulaires de permis de vente d'alcool et fabricants**

Décembre 2017



3099F (2017/12)

CAJO

Commission des alcools  
et des jeux de l'Ontario





Ontario

CAJO

Commission des alcools  
et des jeux de l'Ontario

Commission des alcools et des jeux de l'Ontario

90, avenue Sheppard Est

Bureau 200

Toronto (Ontario) M2N 0A4

Télec. : 416-326-8711

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

Site Web : [www.agco.ca](http://www.agco.ca)

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2017

Also available in English

# TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	<b>4</b>
Définitions.....	<b>5</b>
Établissement des prix d'achat et promotion de l'alcool par les titulaires de permis de vente d'alcool.....	<b>6</b>
Directives à l'intention des titulaires de permis de vente d'alcool et des fabricants d'alcool .....	<b>10</b>
Promotions des fabricants.....	<b>16</b>
Interdictions relatives aux incitatifs des fabricants.....	<b>18</b>

## INTRODUCTION

La *Loi sur les permis d'alcool* (la Loi) précise que personne ne doit faire la réclame d'alcool si ce n'est pas conformé aux règlements pris en application de la Loi.

L'article 87 du Règlement 719 et l'article 5 du Règlement 720 autorisent les titulaires de permis de vente d'alcool et les fabricants d'alcool à faire la réclame de l'alcool selon des critères bien définis et conformément aux présentes directives. Les directives portent sur des questions précises concernant la réclame et proposent différentes façons d'interpréter les critères établis dans les règlements. Les notes qui suivent chaque directive visent à préciser ou illustrer l'interprétation; elles ne sont nullement exhaustives dans leur portée.

Bien que les titulaires de permis de vente d'alcool et les fabricants ne soient pas tenus d'obtenir l'approbation préalable de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (la Commission), 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 et des jeux ou d'une ordonnance de cessation de la part du conseil de la Commission. Toute contravention à la Loi ou à ses règlements peut entraîner la prise de mesures visant la conformité ou l'exécution.

La réclame proposée doit être examinée en fonction à la fois du message explicite et du message implicite qu'elle véhicule. 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'un 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 fabricants et les titulaires de permis de vente d'alcool 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. Ceci comprend toutes les réclames autorisées faites pour leur compte. La responsabilité du fabricant ou du titulaire du permis n'est pas en jeu s'il n'a pas autorisé la réclame et qu'il s'est employé avec diligence à mettre fin à celle-ci une fois qu'il en a pris connaissance. Il incombe au fabricant ou au titulaire du permis de prouver qu'il a exercé une diligence raisonnable et qu'il a pris toutes les mesures nécessaires pour assurer la conformité aux règlements.

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 l’on trouve de l’alcool ou le nom sous lequel le titulaire d’un permis mène ses activités. 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 action employée pour attirer l’attention sur une entreprise, une marque ou un produit 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 et des jeux.**

# Établissement des prix d'achat et promotion de l'alcool par les titulaires de permis de vente d'alcool

Les directives suivantes, qui font partie intégrante des Directives relatives à la réclame de l'alcool : titulaires de permis de vente d'alcool et fabricants, illustrent de façon plus précise les pratiques ayant tendance à encourager la consommation immodérée d'alcool. Le paragraphe 20 (1) du Règlement 719 pris en application de la *Loi sur les permis d'alcool* précise que les titulaires de permis de vente d'alcool ne doivent se livrer à aucune pratique susceptible d'encourager la consommation immodérée d'alcool par des clients.

**Les titulaires de permis de vente d'alcool de l'Ontario sont tenus de se conformer aux présentes directives pour offrir, promouvoir, vendre et servir de l'alcool.**

- 1. Il est interdit de vendre ou de servir un verre standard pour moins de 2 \$.** Comme l'énonce le paragraphe 20 (3) du Règlement 719, les titulaires de permis de vente d'alcool ne sont pas autorisés à vendre ou à servir de l'alcool pour un prix inférieur à 2 \$, taxes comprises, que l'alcool soit vendu séparément ou dans un forfait comprenant d'autres biens ou services, tels que de la nourriture, une coupe de cheveux ou un traitement pour la promotion du bien-être. Un verre standard est défini comme suit :
  - a) 341 ml (12 oz) de bière, de cidre ou de panaché;
  - b) 29 ml (1 oz) de spiritueux;
  - c) 142 ml (5 oz) de vin;
  - d) 85 ml (3 oz) de vin fortifié.
- 2. Le prix minimum doit varier selon le volume de la boisson alcoolisée servie aux clients.** Si un titulaire de permis vend un verre de boisson alcoolisée dont le volume est différent de celui d'un verre standard défini plus haut, le prix minimum de cette boisson doit être augmenté ou diminué proportionnellement à la différence de volume.

Le tableau suivant présente certains exemples du prix minimum établi pour divers volumes courants de boissons alcoolisées :

<b>Bière</b>	284 ml (10 oz)	455 ml (16 oz)	568 ml (20 oz)	1.7 L (60 oz)
Prix minimum	1,67 \$	2,67 \$	3,33 \$	10 \$

<b>Vin ordinaire</b>	170 ml (6 oz)	500 ml (18 oz)	750 ml (26 oz)	1 L (35 oz)
Prix minimum	2,40 \$	7,20 \$	10,40 \$	14 \$

<b>Spiritueux</b>	14 ml (0,5 oz)	43 ml (1,5 oz)	57 ml (2 oz)	85 ml (3 oz)
<b>Prix minimum</b>	1 \$	3 \$	4 \$	6 \$

- 3. Il est permis de varier le prix de boissons alcoolisées de façon responsable.** Les titulaires de permis peuvent varier le prix des boissons alcoolisées, à condition que ce prix soit plus élevé que le prix minimum, que la boisson soit servie dans un forfait comprenant de la nourriture ou d'autres biens ou services, tels que la combinaison « repas vin compris », « bière et ailes de poulet » ou un cocktail servi avec un traitement de promotion du bien-être, ou que la boisson au prix varié soit servie à certaines heures précises. Par exemple, un titulaire de permis peut offrir régulièrement un verre de vin à un prix différent avec un certain repas, ou offrir des martinis à un prix différent un certain jour de la semaine, ou encore offrir des bières domestiques, du vin maison et des consommations du jour au cours d'une certaine période de la journée, pourvu que le prix de la boisson alcoolisée soit égal ou supérieur au prix minimum établi. Il est important de se rappeler qu'il est interdit pour les titulaires de permis d'exiger que les clients achètent de l'alcool pour pouvoir entrer ou rester dans les locaux. Les titulaires de permis doivent donc offrir d'autres biens et services qui ne nécessitent pas l'achat d'alcool.
- 4. Le prix révisé des boissons alcoolisées doit toujours être affiché ou annoncé aux clients.** Si le prix d'une boisson alcoolisée est modifié temporairement, que la boisson soit servie séparément ou en combinaison avec de la nourriture ou d'autres biens ou services, le titulaire de permis doit, conformément à l'article 53 du Règlement 719, afficher le changement dans des endroits bien en vue ou le mettre à la disposition de toutes les personnes présentes dans le local, pour la période de temps pendant laquelle le changement est en vigueur.
- 5. Le prix des boissons alcoolisées doit être le même pour tous les clients.** Les titulaires de permis sont tenus d'offrir des boissons alcoolisées au même prix pour tous leurs clients. Il est interdit d'avoir des promotions qui ciblent certains segments de la population, comme les étudiants ou les femmes. Les titulaires de permis sont toutefois autorisés à offrir des boissons alcoolisées à un prix différent dans certains endroits précis de leur établissement. Par exemple, le prix des boissons servies sur une terrasse peut être différent du prix des boissons servies à l'intérieur de l'établissement. Un titulaire de permis peut accepter des articles tels que des cartes-primaires à rabais pour l'achat de boissons alcoolisées et de nourriture ou d'autres biens ou services pourvu que les articles soient mis à la disposition de tous les segments de la population.

- 6. Il est interdit de lier le prix d'un verre à l'achat d'autres verres.** Il est interdit aux titulaires de permis d'offrir aux clients un verre à un prix réduit à condition d'acheter un autre verre, ou d'offrir un prix différent selon des intervalles d'achat. Par exemple, les promotions « deux verres pour le prix d'un », « le deuxième verre à moitié prix » ou « 2 \$ chaque troisième verre » sont interdites en tout temps.
- 7. Les prix et les promotions peuvent faire l'objet d'une réclame à l'extérieur de l'établissement.** Les titulaires de permis peuvent faire la réclame des prix d'achat et des promotions d'alcool ou afficher ces prix et promotions à l'extérieur d'un établissement pourvu d'un permis. Par exemple, ils peuvent afficher sur un tableau annonce les heures pendant lesquelles les prix sont en vigueur, les aliments ou d'autres biens ou services compris dans une promotion, des marques de commerce et des catégories génériques comme « bières domestiques », « margaritas » ou « un verre de notre meilleur vin ».
- 8. L'affichage et la réclame des prix et des promotions doivent être faits de manière responsable.** Les titulaires de permis ne sont pas autorisés à faire la réclame de prix et de promotions d'alcool ou à afficher les prix et promotions d'alcool à l'intérieur ou à l'extérieur d'endroits pourvus d'un permis d'une manière qui encourage la consommation immodérée d'alcool. Par exemple, il leur est interdit d'utiliser des termes comme « heure de l'apéro », « boissons bon marché » ou d'autres termes semblables.
- 9. Les clients peuvent obtenir des consommations gratuites dans certains cas.** Le titulaire d'un permis ou un membre de son personnel peuvent acheter de l'alcool pour un client à un prix établi, à des fins telles que les suivantes : reconnaître une clientèle régulière, célébrer des événements spéciaux, exprimer une amitié ou donner suite à une plainte de mauvais service. L'alcool ne peut être acheté pour des clients dans le cadre d'une promotion ou à intervalles réguliers, ou sans discernement aux clients de l'établissement. Par exemple, le titulaire d'un permis ou un membre de son personnel ne peuvent pas acheter de l'alcool pour inciter une personne à entrer dans l'établissement ni pour stimuler les ventes d'alcool. Ils ne peuvent pas non plus annoncer de quelque façon que ce soit la disponibilité de boissons gratuites.
- 10. Forfaits vacances à prix unique.** Conformément au paragraphe 20 (8) du Règlement 719, les titulaires de permis sont désormais autorisés à mettre en vente à prix unique un forfait comprenant le coût de l'alcool et celui d'un voyage, de l'hébergement, de la nourriture ou d'autres services. Ainsi, des établissements tels que des centres de villégiature et des hôtels peuvent mettre en vente à prix unique des forfaits comprenant le coût de l'alcool et celui de biens et services liés aux voyages et aux vacances, comme un forfait pour le service d'alcool lors d'un séjour à l'hôtel ou des bons pour de la nourriture et des consommations à échanger au restaurant ou au bar d'un centre de villégiature. De plus, les titulaires de permis du secteur des voyages,

tels que des bars d'aéroport, des bateaux et des voitures de trains, peuvent inclure le coût de l'alcool dans celui du billet.

Ces directives portent sur certaines pratiques responsables, mais d'autres pratiques qui encouragent généralement la consommation immodérée d'alcool, dont le service excessif de boissons alcoolisées à des clients et l'organisation de concours, de défis à relever et d'activités exigeant ou encourageant la consommation d'alcool, sont interdites et peuvent entraîner des sanctions administratives.

Il est aussi important de prendre note que les titulaires de permis de vente d'alcool ne sont toujours pas autorisés à servir des personnes en état d'ébriété ou à permettre l'ivrognerie dans leur établissement et qu'ils doivent continuer à exploiter leur entreprise en respectant les autres dispositions des Directives relatives à la réclame de l'alcool : titulaires de permis de vente d'alcool et fabricants, ainsi que toutes les autres mesures législatives pertinentes.

- \* Le titulaire d'un permis d'alcool qui vend des boissons alcoolisées dans des lieux où la Société des loteries et des jeux de l'Ontario mène et gère des activités de loterie dans des zones où l'accès du public est restreint et qui ont été approuvées par le registrateur des alcools et des jeux peut être exempté de cette disposition. Aux fins de cette exemption, les lieux peuvent englober l'étage des jeux d'un casino et des lieux connexes, tels qu'un hôtel, dont le titulaire du permis a le contrôle.

# Directives à l'intention des titulaires de permis de vente d'alcool et des fabricants d'alcool

**Sauf en ce qui concerne la publicité d'intérêt public, le titulaire d'un permis de vente d'alcool ou un fabricant d'alcool peut faire la réclame ou la promotion d'un alcool ou de la disponibilité d'alcool uniquement si toutes les conditions suivantes sont remplies :**

**(1) La réclame représente l'usage ou le service d'alcool de façon conforme au principe de modération.**

- i) 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 sous-entendre la consommation de plus de trois boissons 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.**

- i) Les annonces publicitaires ne doivent pas vanter les mérites de la consommation.
- ii) Les réclames se rapportant à une catégorie d'alcool en général sont autorisées, qu'elles soient produites par des fabricants individuels ou par des organismes représentant un groupe de fabricants, à condition qu'elles soient conformes à tous les autres règlements qui régissent la réclame.
- iii) Les annonces publicitaires ne peuvent pas dire ou sous-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 de vente d'alcool ou un fabricant 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) Lorsqu'un concours est parrainé par un fabricant mais organisé par un autre organisme, la participation à ce concours ne doit pas nécessairement être limitée aux personnes en âge de boire, en autant que le concours ne s'adresse pas spécifiquement aux jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire. Toutefois, seules les personnes en âge de boire peuvent participer à un concours organisé par un fabricant.
- viii) 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.

- ix) Malgré le présent paragraphe 1 (4), il est permis de faire de la réclame pour un établissement pourvu d'un permis 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 l'alcool servi dans cet établissement. Par exemple, un restaurant familial pourvu d'un permis de vente d'alcool peut très bien vouloir parrainer un événement organisé pour les jeunes qui n'ont pas l'âge légal de boire. Il est autorisé à le faire à condition que son nom ne soit jamais accompagné d'une quelconque référence à 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 alors qu'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 lorsqu'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 un 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, à des compétitions, des concours, des expositions ou autres manifestations

publiques est autorisée pour faire la réclame d'un 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 un alcool alors qu'elle conduit un véhicule à moteur, qu'elle est sur le point de le faire ou qu'elle s'y prépare. Rien ne doit, directement ou indirectement, porter à croire qu'une personne qui est représentée avec un alcool va ensuite 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, à des compétitions, des concours, des expositions ou autres manifestations publiques est autorisée pour faire la réclame d'un 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 un 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 un alcool de contrebande.

- iii) Une réclame ne doit pas montrer ou sous-entendre la consommation d'un 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 un 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.

## Promotions des fabricants

**Personne ne peut proposer de cadeau ni la possibilité de recevoir un cadeau en échange de l'achat d'alcool, sauf s'il s'agit d'un cadeau dont la valeur est insignifiante par rapport au prix d'achat ordinaire du produit.**

- Pour les besoins de la présente section, la « valeur nominale » d'un article à valeur ajoutée ne peut dépasser 20 % du prix au détail de l'alcool avec lequel il est inclus.
- Il convient de souligner que la valeur d'un cadeau est établie d'après son prix de détail ordinaire, et non pas d'après le prix du fabricant.
  - i) Il est possible d'offrir un article avec un achat d'alcool, à condition que la valeur de cet article soit insignifiante par rapport au prix d'achat ordinaire du produit en question.
  - ii) Il est permis de proposer avec un achat d'alcool un article ayant plus qu'une valeur insignifiante par rapport au prix d'achat ordinaire du produit, à condition que cet article ne soit pas remis en cadeau à la personne qui achète le produit. Il faut dans ce cas ajouter au prix ordinaire du produit un certain montant pour l'article offert à l'acheteur ou à l'acheteuse (montant qui ne doit pas être inférieur au prix de revient de l'article). La personne qui achète le produit doit clairement voir l'article dont l'achat est proposé avec celui du produit.
  - iii) Il est interdit de proposer l'échange de preuves d'achat du produit contre un article ayant plus qu'une valeur insignifiante par rapport au prix ordinaire du produit en question. Il est par exemple interdit d'offrir la remise de six verres aux consommateurs qui présentent six preuves d'achat.
  - iv) Il est interdit d'inclure des bulletins de participation à un concours quelconque avec le produit ou son emballage, à moins qu'il soit possible d'obtenir ces bulletins très facilement sans acheter le produit. Il sera reconnu qu'il est possible d'obtenir très facilement ces articles ou ces bulletins de participation à un concours distribués avec l'achat d'un produit sans acheter celui-ci à la seule condition que la façon de se les procurer soit bien mise en évidence au point de vente et que la marche à suivre soit simple, rapide et n'entraîne aucune autre dépense.

- v) Il est permis d'inclure du matériel publicitaire avec le produit ou dans son emballage, à condition que ce matériel respecte tous les règlements en matière de réclame. Il est par exemple permis d'inclure dans l'emballage d'un produit des feuilles volantes qui décrivent le produit ou des dépliants faisant mention d'autres produits vendus par le fabricant.
- vi) La consommation préalable du produit ne doit jamais être une condition requise pour pouvoir participer à un concours ou à un tirage au sort. (Les questions éliminatoires d'un concours ne doivent par exemple pas faire référence au goût du produit, mais seulement à son emballage, si les personnes qui participent au concours peuvent aisément savoir à quoi il ressemble sans avoir acheté le produit.)
- vii) Tout avantage autorisé aux termes du présent article doit être fourni au moment de l'achat ou directement relié à un seul achat du produit. Une formule associée à l'achat répété d'un produit n'est par exemple pas acceptable.
- viii) Les bons de réduction sur l'achat d'articles autres que des boissons alcoolisées (par ex. des aliments à grignoter, des boissons gazeuses, des jus etc.) sont autorisés, à condition que ces bons soient d'une valeur insignifiante. Les bons de réduction sur l'achat de boissons alcoolisées sont interdits.
- ix) Il est permis d'ajouter à un produit un échantillon qui équivaut à une dose d'alcool et dont la valeur est insignifiante. Autrement dit, il est possible d'attacher une bouteille format miniature à une bouteille de spiritueux ou d'inclure une bouteille ou une canette individuelle de bière ou de panaché en cadeau dans un carton de bières ou de panachés.

## Interdictions relatives aux incitatifs des fabricants

**1. Un fabricant d'alcool, son mandataire ou son employé ne doivent pas offrir, directement ou indirectement, d'incitatifs financiers ou en nature à une personne qui détient un permis de vente d'alcool ou un permis de circonstance en vertu de la Loi, ni à un mandataire ou à un employé de celle-ci, dans le but d'augmenter la vente ou la distribution d'une marque d'alcool.**

- i) Il est interdit à un fabricant d'offrir à un titulaire de permis ou de permis de circonstance de l'argent, une remise d'argent, un alcool, un rabais sur un produit ou une réduction sur un prix, ou encore de consentir de façon abusive le remboursement de barils qui fuient, etc.
- ii) Un fabricant n'a pas le droit d'offrir à un titulaire de permis ou de permis de circonstance des articles qui sont indispensables à l'exploitation de l'établissement pourvu d'un permis ou au déroulement de l'activité faisant l'objet du permis de circonstance et qui présentent un avantage pour le titulaire du permis ou du permis de circonstance sans viser le consommateur ni chercher à rehausser l'image de marque du fabricant ou de son produit au sein de l'établissement. Voici quelques exemples de ces articles interdits :

meubles	tapis	matériel pour servir la bière à la pression	travaux de rénovation des locaux
uniformes du personnel	lave-vaisselle	robots culinaires et autres appareils pour la préparation ou la manutention des aliments	fournitures pour les toilettes
éclairage principal ou éclairage de circonstance	matériel de réfrigération	menus ou impression de menus	services divers (câblodistribution, nettoyage, peinture, décoration, etc.)

- iii) Un fabricant est autorisé à fournir des articles qui peuvent avoir une certaine utilité pour l'exploitation de l'établissement, si le volume des articles fournis est insignifiant par rapport aux besoins annuels totaux du titulaire du permis et si le but de la remise des articles en question est de rehausser l'image de marque du fabricant ou de son produit auprès des

consommateurs et non d'offrir un avantage au titulaire du permis. Les fabricants sont donc autorisés à fournir gratuitement une quantité limitée de verres portant des marques d'alcool, d'imprimer une partie des menus ou d'offrir une enseigne ou tout autre moyen visuel d'identifier le titulaire du permis, à condition que l'on y voie le nom du fabricant ou de ses marques.

- iv) Un titulaire de permis de vente d'alcool peut mentionner le nom d'un fabricant ou de ses marques dans sa réclame, mais le fabricant ne peut pas payer la réclame faite par un titulaire de permis.

**2. Un fabricant peut offrir aux titulaires de permis et à leur personnel de participer à des programmes de formation portant sur la vente et le service de boissons alcoolisées, ou les aider à participer à de tels programmes.**