
Loi favorisant un Ontario sans fumée, au 31 mai 2006

Fiche de renseignements - Les étalages dans les points de vente

Le ministère de la Promotion de la santé

Ministry of Health Promotion

À compter du 31 mai 2006, la *Loi favorisant un Ontario sans fumée* interdira la promotion de la vente de produits du tabac au moyen d'associations de produits, d'améliorations de produits ou d'autres types de matériel promotionnel (p. ex., panneaux décoratifs, éclairage promotionnel). Les cigarettes seront exposées uniquement sous forme de paquets individuels et non de cartouches. De plus, les étalages de comptoir de produits du tabac et la possibilité pour les clients de prendre ces produits avant de les acheter seront interdits en tout temps. Tous les étalages de produits du tabac seront interdits deux ans plus tard, c'est-à-dire le 31 mai 2008.

Preuves

- Les étalages de produits aux points de vente sont devenus le plus important outil de marketing des compagnies de tabac. Selon la Société canadienne du cancer, les compagnies de tabac ont dépensé environ 88 millions de dollars en 2003 sous forme de paiements aux détaillants canadiens.
- Le matériel publicitaire en magasin peut contribuer à accroître la consommation quotidienne des fumeurs, à atténuer sa volonté de cesser de fumer et à inciter les anciens fumeurs à recommencer à fumer.
- Une étude récente a démontré que plus que les enfants et les jeunes sont exposés à la publicité et à la promotion aux points de vente, plus ils sont susceptibles de fumer.

Expériences d'autres autorités législatives

Canada - Loi sur le tabac

- La loi fédérale interdit les étalages libre-service de tabac. À ce jour, le gouvernement fédéral n'a pas exercé les pouvoirs qui lui sont conférés par la loi d'adopter des règlements concernant l'étalage des produits du tabac.

Provinces canadiennes

- La Saskatchewan, le Manitoba, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et le Nunavut ont adopté des mesures imposant une certaine forme d'interdiction de l'étalage des produits du tabac dans les magasins de vente au détail. Le Québec a adopté récemment une loi qui interdira l'étalage des produits du tabac à compter du 31 mai 2008.
- En 2001, la Saskatchewan est devenue la première collectivité publique canadienne à interdire les étalages visibles de produits du tabac accessibles aux mineurs dans les magasins de vente au détail. Cette interdiction a été en vigueur d'octobre 2002 à mars 2004, lorsque la Cour d'appel de la Saskatchewan a déclaré inconstitutionnelles ces dispositions de la loi. Le 19 janvier 2005, la Cour suprême du Canada a confirmé les dispositions de la loi de la Saskatchewan qui interdisaient l'étalage des produits du tabac et a conclu que la loi ne contrevenait pas à la *Loi sur le tabac* du gouvernement fédéral. Le Manitoba et le Nunavut attendaient cette décision avant de mettre en vigueur leurs propres dispositions législatives sur cette même question.
- Le Manitoba a adopté une loi qui interdit l'étalage des produits du tabac accessibles aux jeunes de 18 ans ou moins dans les magasins de vente au détail. Cette disposition est en vigueur depuis le 15 août 2005.
- Le Nunavut a adopté une loi qui interdit la publicité et l'étalage des produits du tabac dans les magasins de vente au détail, sauf dans les circonstances qui peuvent être prescrites par les règlements.
- Le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse interdisent les étalages de produits du tabac sur les comptoirs des magasins.

Échelle internationale

- L'Islande interdit l'étalage des produits du tabac en vertu de la loi sur la prévention de l'usage du tabac.
- L'Islande interdit la vente libre-service des produits du tabac et restreint l'étalage du tabac à un paquet ou à une image de chaque produit du tabac en vente. Cette disposition n'est pas encore entrée en vigueur, puisqu'elle fait l'objet d'une contestation judiciaire de la part des compagnies de tabac.
- En Australie, certains États réglementent la taille des étalages de tabac, les endroits où ils peuvent être placés ainsi que l'éclairage et l'utilisation d'autres moyens visant à mettre les étalages en valeur.
- La Nouvelle-Zélande limite le nombre et la taille des étalages des produits du tabac qui sont autorisés.
- En mars 2004, le Royaume-Uni a adopté une réglementation des points de vente, mais celle-ci fait l'objet d'un examen judiciaire, à la suite d'une contestation judiciaire par l'industrie du tabac.

Références

Warner KE. Selling smoke: cigarette advertising and public health. Washington, CD: American Public Health Association, 1986.

Henrisken, L., Feighery, E.C., Wang, Y., Fortmann, S.P. (2004). Association of retail tobacco marketing with adolescent smoking. *American Journal of Public Health*, 94(12): 2081-2083.

Gouvernement du Canada. *Loi sur le tabac*, 1997, ch.13. Accessible à : <http://lois.justice.gc.ca/fr/T-11.5/104833.html>. Accédé le 18 avril 2005.

Gouvernement du Canada. Règlement sur le tabac (Accès) DORS/99-93. Février 1999. Accessible à : <http://lois.justice.gc.ca/fr/T-11.5/DORS-99-93/index.html>. Accédé le 18 avril 2005.

Tilson Consulting. Restrictions on the display of tobacco products [74 pages]. Prepared for: Smoke-Free Nova Scotia. August 2004. Accessible à : <http://www.smokefreens.ca/displayban.pdf>. Accédé le 18 avril 2005.

New Zealand Ministry of Health. Information for retailers [7 screens]. Accessible à : http://www.moh.govt.nz/moh.nsf/wpg_Index/About-smokefreelaw-retailers#1. Accédé le 18 avril 2005.

Action on Smoking and Health. The UK ban on tobacco advertising. Accessible à : <http://www.ash.org.uk/html/advspo/html/timetable.html> [5 screens]. Accédé le 18 avril 2005.