

# Coalition québécoise pour le contrôle du tabac

819 rue Roy Est, Montréal (Qc) H2L 1E4; tél. : 514-598-5533; télécopieur : 514-598-5283 ; courriel : coalition@cqct.qc.ca

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le mardi 6 mars 2001

### Les subventions et la promotion du Conseil des Arts du Maurier : seraient-elles illégales au Québec?

Montréal — Compte tenu de la conférence de presse annonçant l'expansion du programme de subventions du Conseil des Arts du Maurier, la Coalition québécoise pour le contrôle du tabac réitère ses préoccupations concernant la légalité de ce programme au Québec.

« La loi québécoise sur le tabac a été conçue pour interdire toute nouvelle commandite de tabac au Québec, tout en octroyant une période de transition aux événements qui dépendaient de la commandite de tabac avant l'adoption de la loi », affirme Louis Gauvin, porte-parole de la Coalition. « Nous avons donc d'énormes préoccupations face à un programme de commandite de l'industrie du tabac qui continue à offrir des subventions à des organisations et à des individus québécois, surtout lorsque ces subventions se donnent en échange de visibilité pour la marque de cigarettes du Maurier et ne font pas partie d'un contrat signé avant mai 1998. »

#### Commandite de tabac

Dans le document des Arts du Maurier (août 2000) décrivant les directives pour les demandes de subventions, on retrouve une série de normes liées à la visibilité du nom « Les Arts du Maurier ». Celles-ci incluent des règles s'appliquant à plusieurs supports publicitaires comme les programmes, les brochures et dépliants, les journaux, la radio, la télévision, entre autres.

En ce qui concerne l'expansion du programme annoncé aujourd'hui, soit des bourses aux étudiants le domaine des arts, les critères d'admissibilité disent, entre autres, que « les candidats retenus doivent reconnaître le soutien financier du Conseil des Arts dans la conception de leur matériel publicitaire ou promotionnel. »

« Selon notre interprétation de la loi, l'industrie du tabac n'aurait plus le droit au Québec d'offrir des nouvelles subventions à des organisations en échange de visibilité pour leurs marques de tabac. Par définition, c'est de la commandite de tabac.

« Le Conseil des Arts du Maurier n'est rien d'autre qu'un prétexte pour faire la promotion du tabac. Si la compagnie Imperial Tobacco avait réellement les arts à cœur, elle pourrait toujours offrir du financement aux organisations culturelles et aux étudiants en arts sans exiger en échange la promotion de la marque du Maurier, et elle cesserait de faire la publicité indirecte du tabac en utilisant le Conseil des Arts du Maurier. »

« Nous demandons donc au Gouvernement du Québec d'enquêter sur les toutes subventions octroyées par les Arts du Maurier depuis l'adoption de la loi, afin de s'assurer qu'il n'y a pas parmi celles-ci de nouvelles commandites, telles qu'interdites par la loi. »

La Coalition a déposé plusieurs plaintes à cet effet auprès du Ministère de la Santé et des Services sociaux. Elle attend toujours une réponse.

#### Publicités liées au « programme de commandite »

L'industrie du tabac utilise également son programme de subventions pour générer ses propres publicités dont le but consiste uniquement à faire de la promotion des marques de tabac, ne mentionnant à peine ou pas du tout la tenue



d'événements commandités. (La Coalition s'est également plaint auprès du gouvernement à savoir que ces publicités ne font pas partie des activités de promotion dans le cadre de « contrats de commandite » signé avant mai 1998 qui sont exemptées par la loi.)

Selon monsieur Gauvin, l'expansion du programme des Arts du Maurier annoncée aujourd'hui (soit l'octroi de bourses à des étudiants dans le domaine des arts visuels, du cinéma, du multimédia et des nouvelles technologies) « ne servira que de prétextes pour justifier encore plus de publicité pro-tabac par le biais de ce 'programme de commandite' ».

« Déjà, les annonces liant du Maurier à la musique, à la photographie et au théâtre ne sont rien d'autre que de la publicité de type 'style de vie' visant à associer un produit mortel à des images d'activités culturelles et artistiques attrayantes.

« Ce n'était certainement pas l'intention du Gouvernement à l'époque de l'adoption de la loi du Québec. L'intention du législateur était de protéger les événements qui dépendaient déjà de l'argent de l'industrie du tabac tout en réduisant progressivement la visibilité des marques de tabac. Présentement, l'industrie du tabac va complètement à l'encontre de l'esprit de la loi. »

« Les méfaits de la promotion du tabac sont reconnus et décriés par la communauté médicale du monde entier. La directrice générale de l'Organisation mondiale de la santé a récemment réitéré le besoin d'interdire toute forme de promotion du tabac.

« Le tabac est la principale cause de maladies et de décès évitables dans notre société : il tue la moitié de ses consommateurs lorsqu'il est utilisé exactement selon les intentions des fabricants. Comment peut-on faire la promotion d'un produit qui cause autant de souffrances et de morts? » demande monsieur Gauvin.

### La loi québécoise

La Loi sur le tabac a été adoptée à l'unanimité par l'Assemblée nationale en 1998, et qu'elle vise à éliminer progressivement toute promotion du tabac du type « style de vie », qui évoque des images et symboles attrayants pour des jeunes. Les seules publicités de type « style de vie » qui sont encore permises sont celles qui sont effectuées dans le cadre de contrats de commandite signés avant le 14 mai 1998. (Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2000, ces dernières sont restreintes sur les sites des événements commandités, dans les bars, dans les publications pour adultes et dans les envois par la poste personnalisés. La loi fédérale contient des mesures similaires.)

### Extraits pertinents de la Loi sur le tabac du Québec :

- Article 22. « Toute commandite directe ou indirecte, associée de quelque manière que ce soit, à une promotion du tabac, d'un produit du tabac, d'une marque d'un produit du tabac ou d'un fabricant de produits du tabac, est interdite. » et l'article 24. : « Toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, (...) est interdite lorsqu'elle (...) 3<sup>o</sup> associe directement ou indirectement l'usage du tabac à un style de vie. » [Nos soulignés]
- Article 72. : « Les contrats de commandite déjà conclus le 14 mai 1998 ou dont la signature constitue un renouvellement de contrat et qui sont destinés à financer des activités prévues à l'article 22 et devant se dérouler au plus tard le 1<sup>er</sup> octobre 2000 peuvent être exécutés. (...) »

- 30 -

▪ **Renseignements :** Louis Gauvin: (514) 598-5533; pagette: 361-7046 / François Damphousse: (514) 843-325

