



ANALYSE SOMMAIRE

Projets de règlements en appui à la *Loi sur le tabac* (5 mars 2008)

Toutes les mesures proposées représentent un renforcement substantiel et essentiel de la *Loi sur le tabac*. Cette analyse ne fait que résumer les mesures à l'étude ainsi que leur impact anticipé. Elle ne contient pas l'ensemble des améliorations qui seront réclamées par la Coalition.

1. RESTRICTIONS SUR LA PUBLICITÉ

- Les publicités sont limitées en grandeur (maximum de 400 cm², soit un peu plus que la surface d'un papier mouchoir)
 - Le contenu doit être uniquement en noir et blanc
 - Le texte de la publicité doit être composé de caractères identiques
 - Toutes les publicités dans une même publication doivent être regroupées
 - Une publicité ne peut pas se trouver sur la première ou la dernière page d'une publication
- ➔ **Impacts** : empêchera les effets visuels attrayants par le biais de graphisme, couleurs et caractères spéciaux. Les publicités dans les imprimés ne pourront pas être vues du public via leur étalage dans les points de vente. Les lecteurs pourront plus facilement ignorer une série de publicités puisqu'elles seront regroupées.



2. OBLIGATION D'APPOSER UNE MISE EN GARDE SUR UNE PUBLICITÉ

- Une mise en garde doit être apposée dans le coin supérieur gauche de toute publicité de tabac, couvrant environ 25 % de la surface totale, selon les dimensions de la publicité (les mises en garde sont de trois différentes grandeurs standards)
 - Il y a trois mises en garde avec trois messages différents présentés en texte noir et blanc dont : « Fumer tue », « Fumer cause 85 % des cancers du poumon » et « Fumer tue 10 000 Québécois à chaque année »
- ➔ **Impact** : fournit des messages généraux et factuels concernant la morbidité du produit à l'intérieur de chaque publicité. L'emplacement de la mise en garde crée un obstacle significatif pour la mise en page d'une publicité.



3. RESTRICTIONS SUR L’AFFICHAGE AUX POINTS DE VENTE

- L’affichage est limité à un seul panneau par commerce
- Le panneau ne peut dépasser 3 600 cm² (2 pi. X 2 pi.)
- Le contenu ne peut être que des publicités en noir et blanc

➔ **Impacts** : permet d’annoncer de façon neutre la disponibilité et le prix des produits de tabac (incluant le nom des marques), tout en éliminant la prépondérance des affiches, babillards, affichettes et panneaux publicitaires multicolores qui attirent l’attention et normalisent le tabac.



4. RESTRICTIONS SUR L’ÉTALAGE DE REVUES SPÉCIALISÉES

- L’étalage des revues spécialisées est limité à un seul exemplaire visible par édition.
- Ces revues spécialisées ne peuvent être visible de l’extérieur.

➔ **Impact** : empêchera l’étalage à la vue du public d’une série de couvertures identiques d’une revue spécialisée de produits du tabac dans les points de vente.



5. RESTRICTIONS SUR LA QUANTITÉ MINIMALE DE TABAC QUE L'ON PEUT ACHETER

- Interdiction de la vente de moins de 10 portions unitaires de produits du tabac (autres que cigarettes), ou d'un prix de vente de moins de 5,00 \$

➡ **Impacts** : imposera un prix minimum aux produits du tabac (5,00 \$), comparable aux prix des paquets de cigarettes les moins chers. Au lieu de permettre la vente d'un cigarillo à 1,29 \$ (exemple de prix courant), on pourrait voir un emballage de trois cigarillos pour 5,00 \$. La vente de 10 cigarillos à 4,00 \$ serait également permise.



INTERDIT :

← Cigarillos vendus à l'unité

↙ « Blunts » vendus à l'unité (papier à rouler aromatisé à base de tabac)



PERMIS :

avec mises en garde à l'arrière selon la loi fédérale :

Paquet de 3 cigarillos (à plus de 5\$) →

Mini-paquets de cigarillos (à plus de 5\$) ↓



6. INCLUSION DE TOUS LES PRODUITS FUMÉS DANS LE CHAMP D'APPLICATION

- Inclusion dans le champ d'application de la loi sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics de tous les produits destinés à être fumés, pas seulement le tabac (ex : cigarettes aux herbes, chicha sans tabac)

➡ **Impact** : facilitera l'application de la loi en empêchant une personne ou un commerce en délit d'invoquer que le produit fumé ne contenait pas de tabac.