

LOI SUR LE TABAC

Rapport de
consultation

Règlement d'application
de la Loi sur le tabac

Règlement sur la mise
en garde attribuée au
ministre de la Santé et
des Services sociaux
et portant sur les effets
nocifs du tabac
sur la santé

On respire la vie
On respire la vie
la vie!
On respire la vie!
On respire
respire
la vie!
On respire
On respire la vie!
respire
la vie!



LOI SUR LE TABAC

Rapport de consultation

Règlement d'application
de la Loi sur le tabac

Règlement sur la mise
en garde attribuée au
ministre de la Santé et
des Services sociaux
et portant sur les effets
nocifs du tabac
sur la santé

Mise à jour juin 2008



Édition produite par :

Le **Service de lutte contre le tabagisme**, de la Direction générale de santé publique,
et la **Direction des communications du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec**.

Ce document est disponible en version électronique seulement et peut être consulté à l'adresse :
www.msss.gouv.qc.ca section **Documentation**.

Le genre masculin utilisé dans ce document désigne aussi bien les femmes que les hommes.

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2008
Bibliothèque et Archives Canada, 2008

ISBN : 978-2-550-53699-4 (version PDF)

Tous droits réservés pour tous pays. La reproduction, par quelque procédé que ce soit, la traduction ou la diffusion de ce document, même partielles, sont interdites sans l'autorisation préalable des Publications du Québec. Cependant, la reproduction partielle ou complète de ce document à des fins personnelles et non commerciales est permise, uniquement sur le territoire québécois et à condition d'en mentionner la source.

© Gouvernement du Québec, 2008

Introduction

Le projet de règlement d'application de la Loi sur le tabac détermine les produits, autres que des produits du tabac, qui sont assimilés à du tabac, précise les normes applicables à la publicité concernant le tabac qui est diffusée conformément à la loi dans les points de vente de tabac et les journaux et les magazines écrits, prévoit des normes sur l'étalage des publications spécialisées portant sur le tabac ou sur des accessoires pouvant être utilisés pour la consommation du tabac, et enfin identifie des produits du tabac qu'il est interdit de vendre dans un emballage contenant moins que la quantité déterminée par règlement.

Le projet de règlement a été publié à la *Gazette officielle du Québec* du 5 mars 2008. Toute personne intéressée à faire des commentaires sur le projet de règlement pouvait les transmettre avant l'expiration d'un délai de 45 jours, soit le 19 avril 2008. Deux mémoires déposés peu avant la publication et portant sur la vente de cigares à l'unité ont également été pris en considération dans l'analyse.

Données générales

Au total, 39 mémoires ont été déposés au ministre, conformément aux modalités ci-dessus : 17 provenant d'organismes et 22 provenant d'individus. Chaque document reçu a été lu et analysé.

De plus, à ce nombre s'ajoute 92 courriels ou lettres reçus reprenant des libellés standardisés : 17 provenant d'organismes et 75 provenant d'individus. Ces documents appuient les deux projets de règlement et, plus particulièrement, ils reprennent les commentaires déjà apportés par les organismes antitabac et les organismes des milieux de la santé concernant la vente de cigarillos à l'unité (article 6) ou la publicité au point de vente de tabac et la vente de cigarillos à l'unité (articles 2 et 6).

Les mémoires d'organismes et les mémoires d'individus ont fait l'objet de traitement séparé, chacun donnant lieu à une des deux sections suivantes du présent document.

Section 1 : Les organismes

L'identité des organismes ayant transmis un mémoire dans le cadre de la période de consultation peut être vérifiée en se référant aux tableaux se trouvant à l'annexe 1 et 1.1. Ces tableaux permettent de prendre connaissance de l'appréciation (appui ou opposition) de chacun des organismes pour les différents articles des projets de règlement.

L'analyse ci-dessous exprime les principales modifications suggérées par les différents organismes.

Règlement d'application de la Loi sur le tabac

Article 2 : L'affichage de l'ensemble de la publicité pouvant être diffusée dans un point de vente de tabac doit se faire sur un seul panneau d'affichage.

Ce panneau doit être fixe, rectangulaire, plat, opaque et sans relief. Une seule de ses faces, d'une superficie maximale de 3 600 cm², peut contenir de la publicité, laquelle peut soit y être écrite ou imprimée directement ou soit y être placée au moyen d'une affiche. Dans ce dernier cas, l'affiche doit être fixe et ne doit pas excéder le contour de la face.

Seuls le noir et le blanc peuvent être utilisés sur le panneau ainsi que dans la publicité qu'il contient.

Bien que les organismes antitabac ainsi que ceux des milieux de la santé et de l'éducation approuvent le projet du gouvernement de réduire la promotion et la publicité aux points de vente, certains suggèrent de réduire la surface de la publicité à 968 cm² et de ne permettre que du texte noir sur un fond blanc.

La Coalition québécoise pour le contrôle du tabac (CQCT), Médecins pour un Canada sans fumée (MCSF) ainsi que l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) croient que le gouvernement devrait imposer une grandeur maximale de 968 cm². Cette superficie est celle imposée par les provinces suivantes : la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Manitoba, la Colombie-Britannique, l'Alberta et l'Île-du-Prince-Édouard. De plus, cette surface est amplement suffisante pour énumérer les marques et leur prix.

De plus, la CQCT est d'avis que le gouvernement devrait préciser que le contenu de la publicité, autre que l'illustration du paquet, est limité à du texte. L'utilisation du lettrage noir sur un fond blanc minimiserait les possibilités de design créatif qui comprennent uniquement que du noir et du blanc et qui ont le potentiel d'attirer l'attention. Cette limitation est également imposée par d'autres provinces.

L'Association pour les droits des non-fumeurs (ADNF) reconnaît que le règlement est une percée importante au niveau de la lutte au tabagisme au Québec en termes de protection du public contre la promotion des produits du tabac. L'ADNF appuie les restrictions qui s'appliqueront sur le nombre, la taille et le contenu des affiches promotionnelles qui se retrouveront dans les points de vente. Par contre, elle craint que l'industrie du tabac utilise des formes graphiques stylisées dans l'arrière-plan des publicités et des affiches. Elle recommande que le recours à des formes graphiques stylisées soit formellement interdit.

Article 4 : Dans un journal ou un magazine écrit, toute publicité diffusée doit respecter les normes suivantes :

1° elle doit être rectangulaire, avoir une superficie maximale de 400 cm², avoir une hauteur et une largeur suffisantes pour recevoir la mise en garde portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé prévue par règlement du ministre de la Santé et des Services sociaux et être délimitée par une ligne d'une largeur minimale de 0.5 point et maximale de 1.5 point.

Imperial Tobacco Canada est d'avis qu'il serait préférable que le règlement précise une dimension minimale et non une dimension maximale en regard de la ligne délimitant la publicité. Selon elle, cela simplifierait l'exigence et éviterait certaines complexités pouvant surgir compte tenu des caractéristiques propres à la mise en page de certains magazines ou certains journaux.

2° elle doit n'utiliser que le noir et le blanc ainsi que des caractères identiques quant à la police, la taille et la couleur et elle ne doit comporter aucun relief.

Deux fabricants de tabac demandent qu'il leur soit permis d'utiliser l'illustration de leur emballage en couleur afin de ne pas créer de confusion dans le marché. Quant aux organismes antitabac, ceux des milieux de la santé et de l'éducation, ils appuient une telle restriction, mais certains d'entre eux mentionnent que la possibilité d'utiliser des teintes de gris permet l'ajout de graphisme ou d'effet visuel attrayant sur la partie informative de la publicité.

JTI-Macdonald Corp. et Imperial Tobacco Canada Limitée s'opposent à cette restriction et affirment que cette mesure ne contribue en rien à l'avancement de l'objectif de la loi de réduire le tabagisme, et de plus cette interdiction de reproduire les emballages en couleur rendra plus difficile la reconnaissance des produits par les consommateurs et créera ainsi de la confusion dans le marché.

La CQCT ainsi que le Conseil québécois sur le tabac et la santé (CQTS) croient que le contenu de la publicité, à l'exception de l'illustration de l'emballage, devrait se limiter à du texte noir sur un fond blanc afin d'exclure tout graphisme ou effet visuel attrayant.

MCSF est d'avis que le législateur avait pour but d'interdire toute illustration autre que celle du produit. Par contre, un fond qui n'est pas uni, mais qui joue sur du gris, du blanc et du noir, peut attirer le regard et donner l'impression d'un relief. Selon eux, le gouvernement devrait plutôt mentionner qu'une publicité doit avoir un fond uni.

L'ADNF endosse les limites imposées sur la taille, le contenu et même le placement des publicités dans les publications. En dépit de ces nouvelles contraintes, l'ADNF craint que l'industrie du tabac n'utilise une police différente pour des publicités de marques différentes ou encore qu'elle n'utilise des formes graphiques stylisées dans l'arrière-plan des publicités. Une seule police devrait pouvoir être utilisée, peu importe la marque, pour

toutes les publicités faisant la promotion du tabac et le recours à des formes graphiques stylisées devrait être interdit.

3° elle ne peut paraître sur la première ou la dernière page du journal ou du magazine et doit être imprimée sur du papier d'un format et d'une qualité identiques à ceux du papier habituellement utilisé dans le journal ou le magazine.

La CQCT ainsi que MCSF appuient cette disposition, mais croient que le texte devrait être plus précis pour éviter l'usage des emplacements privilégiés dans les diverses publications pour les publicités en faveur du tabac.

Article 6 : Sous réserve des dispositions de l'article 19 de la loi et de celles du deuxième alinéa du présent article, l'exploitant d'un point de vente de tabac ne peut vendre un produit du tabac autrement que dans un emballage contenant au moins 10 portions unitaires de ce produit.

L'interdiction prévue au premier alinéa ne s'applique pas à un emballage de tabac ou à une portion unitaire de tabac vendu à un coût supérieur à 5 \$.

Tous les organismes antitabac sont d'accord pour affirmer que le gain en popularité des cigarillos, surtout parmi les adolescents, est très inquiétant et appuient avec certaines recommandations l'initiative du gouvernement. Il en va de même des organismes des milieux de la santé et de l'éducation.

D'une part, la CQCT, l'ADNF, la Fédération interprofessionnelle de la santé du Québec (FIQ), la Fédération des éducateurs et éducatrices physiques enseignants du Québec (FEEPEQ), l'Ordre des hygiénistes dentaires du Québec (OHDQ) ainsi que l'Agence de la santé et des services sociaux du Bas-Saint-Laurent (ASSSBSL) sont d'avis que les cigarillos devraient être vendus dans un emballage de 10 unités (même 20 comme les cigarettes), peu importe le prix, puisque le prix a une grande influence sur le fait que les jeunes vont commencer à fumer ou non. De plus, les cigarillos sont généralement vus comme étant des produits utilisés de façon occasionnelle. La vente à l'unité de même que la vente en « mini paquet » contribuent à cette image. Le piège invitant à l'expérimentation est donc efficace : les jeunes voient les cigarillos comme des produits occasionnels, aux arômes agréables et d'allure mignonne. Ils apprécient le caractère « rebelle » qui accompagne l'usage d'un produit du tabac, mais sont réconfortés par l'impression qu'ils ne sont pas de vrais « fumeurs ».

L'INSPQ propose que tout produit du tabac soit vendu dans un emballage contenant au moins dix portions unitaires de tabac, à l'exception des cigares. Les cigarillos devraient cependant être vendus dans un emballage de vingt comme les cigarettes, étant donné qu'ils s'apparentent à celles-ci et qu'ils sont devenus très populaires chez les jeunes et tout produit devrait comporter sur son emballage un message percutant sur les effets sur la santé.

La Société canadienne du cancer (SCC) se demande pourquoi il serait encore possible de vendre les cigarillos, le produit le plus populaire chez les jeunes, en paquet de quelques unités. Elle considère qu'il faut rendre absolument moins accessibles aux jeunes les cigarillos, tant au niveau du prix que de la quantité par paquet.

Old Port ainsi que le Regroupement des petites entreprises du tabac (RPET) soutiennent le principe établi par le gouvernement d'interdire la vente à l'unité des cigarillos et croient que ces produits devraient être vendus dans des paquets de 20 au minimum. Par contre, selon eux, beaucoup de cigares traditionnels sont offerts pour moins de 5 \$ l'unité et des adultes se les procurent. Le gouvernement devrait faire la distinction entre les cigarillos et les cigares traditionnels afin de continuer à permettre la vente à l'unité des cigares traditionnels qui se vendent pour moins de 5 \$ et qui ne sont pas la source du problème.

Quant à distribution GVA, elle est en faveur de moyens qui réduisent l'accessibilité des produits du tabac par des mineurs. Toutefois, interdire la vente à l'unité pour tous les produits vendus au détail à moins de 5,00 \$ favorisera le marché de la contrebande pour ces produits. Selon elle, le prix de 5,00 \$ est exagérément élevé pour atteindre les effets escomptés par le Ministère. Un prix minimum se situant entre 2,00 \$ et 2,50 \$ devrait suffire pour avoir les effets escomptés sur les jeunes.

D'autre part, la CQCT tabac et le CQTS soutiennent qu'il est nécessaire d'augmenter le prix plancher à au moins 10 \$ par emballage de cigarillos afin de limiter l'accès à ce produit du tabac aussi dangereux sinon plus que la cigarette pour les jeunes. De plus, les cigarillos, avec leur forme, leur couleur et leur goût attirant sont de véritables pièges pour les jeunes qui sont à un âge d'expérimentation. Les saveurs de fruit, de miel ou de chocolat qui sont annoncées sur les emballages sont particulièrement attirantes pour les jeunes et invitent à l'expérimentation, tout en leur laissant croire que ces produits sont moins nocifs que la cigarette, ce qui est totalement faux. Le gouvernement devrait interdire l'utilisation des termes qui font référence à des fruits, de l'alcool ou d'autres produits de consommation sur les emballages des cigarillos et autres produits du tabac.

MCSF appuie l'initiative du gouvernement, mais mentionne que c'est insuffisant et croit qu'il devrait avoir une approche qui aurait l'avantage de ne pas être statique, mais qui pourrait évoluer au fur et à mesure que les fabricants transforment leurs cigarettes, leurs cigarillos et leurs autres produits.

Toutefois, Casa Cubana ainsi que l'Initiative pour la responsabilisation du contrôle du tabac (IRCT), qui est une organisation indépendante et non partisane dévouée à assurer un processus législatif ouvert, s'opposent à cette disposition. Selon eux, le gouvernement aurait dû entreprendre des recherches afin de déterminer l'impact de ces réglementations. Le problème de consommation de cigarillos chez les jeunes est selon eux beaucoup plus fondamental. Il s'agit d'un problème d'accès illégal et non de produit. Contrôler la nature de ce même produit n'enrayera pas le problème à la base.

JTI-Macdonald Corp. demande au regard de cette disposition qu'un délai supplémentaire de quatre-vingt-dix jours soit accordé, à partir de la date proposée du 31 mai 2008, pour écouler les stocks qui se trouvent présentement chez les détaillants.

Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la Santé et des Services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé

La CQCT est d'avis que les mises en garde devraient employer le terme « tabac » plutôt que « fumer ». Il faut à son avis généraliser les messages afin d'éviter des mises en garde touchant seulement la consommation de produits fumés, car ces mises en garde seront également apposées sur la publicité de produits du tabac sans fumée.

La CQCT ainsi que MCSF mentionnent qu'il devrait y avoir une certaine rotation des mises en garde.

L'INSPQ appuie totalement ce projet de règlement, mais croit que le Ministère devrait envisager la possibilité de renouveler les messages sur une base régulière et devrait aussi les accompagner d'images percutantes. MCSF croit qu'il aurait été souhaitable que la mise en garde couvre un minimum de 50 % de la superficie de la publicité, soit la portion privilégiée au niveau des mises en garde apposées sur les paquets de cigarettes. De plus, les mises en garde contrastent très peu avec la publicité elle-même qui devra être en noir et blanc. L'ajout de bandes de couleur contrastantes faisant le périmètre des mises en garde corrigerait cette situation et prolongerait l'impact visuel nouveau des mises en garde proposées. Finalement, elles devraient être apposées dans le coin supérieur droit plutôt que supérieur gauche, puisque la mise en garde prend la forme d'une boîte de dialogue (avec la flèche du côté opposé au produit du tabac) apportant quelques précisions sur le sujet représenté, en l'occurrence le produit du tabac.

Impérial Tobacco Canada Limitée demande qu'un délai de six mois soit accordé, puisque les entités qui gèrent les magazines et les journaux exigent normalement un engagement bien avant la date de publication de la publicité. Elle mentionne également, qu'il est prématuré d'exiger l'apposition de mises en garde sur la santé dans les publicités sur le tabac compte tenu du document de consultation portant sur la présentation d'exigences à cet égard publié par Santé Canada le 17 novembre 2004. L'application d'exigences comme proposées par le gouvernement du Québec, combinées à celles prévues par le gouvernement fédéral, pourrait mener à des conflits dans l'application des lois, de sorte que le respect d'une loi pourrait engendrer le non-respect d'une autre.

Section 2 : Les individus

Mentionnons qu'une forte proportion des mémoires d'individus étaient des mémoires dont les libellés étaient « standardisés ». Leurs commentaires portaient sur la vente de cigarillos à l'unité (article 6) ou la publicité au point de vente de tabac (article 2). Leur demande est similaire à celle des organismes antitabac et ceux de la santé.

Analyse synthèse des mémoires des individus

Règlement d'application de la Loi sur le tabac

Article 6 : Sous réserve des dispositions de l'article 19 de la loi et de celles du deuxième alinéa du présent article, l'exploitant d'un point de vente de tabac ne peut vendre un produit du tabac autrement que dans un emballage contenant au moins 10 portions unitaires de ce produit.

L'interdiction prévue au premier alinéa ne s'applique pas à un emballage de tabac ou à une portion unitaire de tabac vendu à un coût supérieur à 5 \$.

Plusieurs professionnels de la santé et de l'éducation ont déposé des mémoires individuellement (97), mais tiennent tous le même discours. Les cigarillos sont des produits très accessibles aux jeunes, car ils sont vendus à un prix dérisoire. De plus, les jeunes voient les cigarillos comme des produits occasionnels. Les cigarillos devraient être vendus dans un emballage de 10 unités ou plus, peu importe le prix, puisque le petit nombre de cigarillos par emballage renforce l'image d'un produit occasionnel et donc moins dangereux.

Annexe 1
Projet de Règlement d'application de la Loi sur le tabac (texte du projet de règlement annexe 2)

| Articles du projet de règlement | Article 1 | | Article 2 | | Article 3 | | Article 4 | | Article 5 | | Article 6 | |
|--|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | Appui | Opposition |
| ORGANISMES | | | | | | | | | | | | |
| Organismes antitabac (5) | 4 | | 5 | |
| Coalition québécoise pour le contrôle du tabac | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Médecins pour un Canada sans fumée | | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Association pour les droits des non-fumeurs | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Conseil québécois sur le tabac et la santé | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Société canadienne du cancer | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Milieu de la santé (4) | 4 | |
| Fédération interprofessionnelle de la santé | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Agence de la santé et des services sociaux du Bas-Saint-Laurent | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Ordre des hygiénistes dentaires du Québec | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Institut national de santé publique du Québec | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Milieu de l'éducation (1) | 1 | |
| Fédération des éducateurs et éducatrices physiques enseignants du Québec | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Industrie du tabac, fabricants (3) | | | | | | | | 2 | | | 1 | |
| Imperial Tobacco Canada | | | | | | | | X | | | | |
| JTI-Macdonald Corp. | | | | | | | | X | | | | |
| Old Port* | | | | | | | | | | | X | |

| Articles du projet de règlement | Article 1 | | Article 2 | | Article 3 | | Article 4 | | Article 5 | | Article 6 | |
|--|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | Appui | Opposition |
| ORGANISMES | | | | | | | | | | | | |
| Industrie du tabac, distributeurs (2) | | | | | | | | | | | | 2 |
| Casa Cubana | | | | | | | | | | | | X |
| Distribution GVA* | | | | | | | | | | | | X |
| Autres (2) | | | | | | | | | | | | 2 |
| Regroupement des petites entreprises du tabac | | | | | | | | | | | | X |
| Initiative pour la responsabilisation du contrôle du tabac | | | | | | | | | | | | X |

Les catégories d'organismes retenues et les définitions de celles-ci sont les suivantes :

- Industries du tabac, distributeurs : les commerces agissant comme intermédiaires entre les fabricants et les détaillants ;
- Industries du tabac, fabricants : les manufacturiers de produits du tabac ;
- Milieu de l'éducation : les organismes reliés au milieu de l'enseignement ;
- Milieu de la santé : les organismes reliés au milieu des services de santé et des services sociaux ;
- Organismes antitabac : les organismes voués à la lutte contre le tabagisme ou qui y sont activement impliqués ;
- Autres : les organismes qui ne peuvent être classés dans les autres catégories.

Certains organismes ne se sont pas prononcés sur l'ensemble des dispositions des projets de règlement. Dans ces cas, nous ne retrouvons pas de « X » pour cet organisme dans aucune colonne concernant cet article du projet de règlement.

* Commentaires reçus avant la publication du projet de règlement le 5 mars 2008.

Projet de Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la Santé et des Services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé (texte du projet de règlement annexe 3)

| ORGANISMES | Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la Santé et des Services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé | |
|--|---|------------|
| | Appui | Opposition |
| Organismes antitabacs (5) | 9 | |
| Coalition québécoise pour le contrôle du tabac | X | |
| Médecins pour un Canada sans fumée | X | |
| Association pour les droits des non-fumeurs | X | |
| Conseil québécois sur le tabac et la santé | X | |
| Société canadienne du cancer | X | |
| Milieu de la santé (4) | | |
| Fédération interprofessionnelle de la santé | X | |
| Agence de la santé et des services sociaux du Bas-Saint-Laurent | X | |
| Ordre des hygiénistes dentaires du Québec | X | |
| Institut national de santé publique du Québec | X | |
| Milieu de l'éducation (1) | | |
| Fédération des éducateurs et éducatrices physiques enseignants du Québec | X | |
| Industrie du tabac, fabricants (3) | | 1 |
| Imperial Tobacco Canada | | X |
| JTI-Macdonald Corp. | | |
| Old Port | | |
| Industrie du tabac, distributeurs (2) | | |
| Casa Cubana | | |
| Distribution GVA | | |
| Autres (2) | | |
| Regroupement des petites entreprises du tabac | | |
| Initiative pour la responsabilisation du contrôle du tabac | | |

Certains organismes ne se sont pas prononcés sur ce projet de règlement. Dans ces cas, nous ne retrouvons pas de « X » pour cet organisme dans aucune colonne du projet de règlement.

ANNEXE 1.1
COURRIELS ET LETTRES STANDARDISÉS

| Règlement d'application de la Loi sur le tabac et Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la santé et des services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé | | |
|---|----------|---|
| ORGANISMES | Appui | Commentaires, articles du règlement d'application |
| Milieu de la santé (7) | 7 | |
| Agence de la santé et des services sociaux de Chaudière-Appalaches | X | 2 et 6 |
| Agence de la santé et des services sociaux de Montréal | X | 6 |
| Agence de la santé et des services sociaux de Laval | X | 6 |
| Association pour la santé publique du Québec | X | 2 et 6 |
| Clinique médicale Ste-Marthe-sur-le-Lac | X | 6 |
| Fondation des maladies du Cœur du Québec | | 6 |
| Clinique des maladies pulmonaire obstructive chronique, Hôpital St-François d'Assise | X | 6 |
| Milieu de l'éducation (5) | 5 | |
| Comité de parents, commission scolaire des Bois-Francs | X | 6 |
| Commission scolaire de Laval | X | 6 |
| École Antoine-Roy | | 6 |
| Association régionale du Sport étudiant de Québec et de Chaudière-Appalaches | X | 2 et 6 |
| Département médecine, Université de Montréal | X | 6 |
| Organismes municipaux (5) | 5 | |
| Ville de Saint-Félicien | X | 6 |
| Ville de Deux-Montagnes | X | 6 |
| Cabinet de la Mairie Sherbrooke | X | 6 |
| Municipalité de Saint-Bruno de Kamouraska | X | 6 |
| Maison des jeunes Tornade Jeunesse | X | 6 |

Annexe 2

VERSION ADMINISTRATIVE

(La version officielle disponible dans la *Gazette officielle du Québec* prévaut)

RÈGLEMENT D'APPLICATION DE LA LOI SUR LE TABAC

Loi sur le tabac

(L.R.Q., c. T-0.01, a. 19, a. 25, par. 1^o, 2^o et 4^o et a. 29.1)

1. Aux fins de la Loi sur le tabac (L.R.Q., chapitre T-0.01), est assimilé à du tabac, tout produit qui ne contient pas de tabac et qui est destiné à être fumé.
2. Dans un point de vente de tabac, l'affichage de l'ensemble des publicités pouvant être diffusées en application du paragraphe 9^o du premier alinéa de l'article 24 de la loi doit se faire sur un seul panneau d'affichage.

Ce panneau doit être fixe, rectangulaire, plat, opaque et sans relief. Une seule de ses faces, d'une superficie maximale de 3 600 cm², peut contenir de la publicité, laquelle peut soit y être écrite ou imprimée directement ou soit y être placée au moyen d'une affiche. Dans ce dernier cas, l'affiche doit être fixe et sans relief et ne doit pas excéder le contour de la face.

Seuls le noir et le blanc peuvent être utilisés sur le panneau ainsi que dans la publicité qu'il contient.

3. Le panneau d'affichage visé à l'article 2 ne peut contenir aucune autre publicité que celle visée à cet article.

Aucun effet lumineux, sonore ou autre ne peut être utilisé pour attirer l'attention du public sur la publicité qu'il contient.

4. Dans un journal ou un magazine écrit, toute publicité diffusée en application du paragraphe 8^o du premier alinéa de l'article 24 de la loi doit respecter les normes suivantes :

1^o elle doit être rectangulaire, avoir une superficie maximale de 400 cm², avoir une hauteur et une largeur suffisantes pour recevoir la mise en garde portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé prévue par règlement du ministre de la Santé et des Services sociaux et être délimitée par une ligne d'une largeur minimale de 0.5 point et maximale de 1.5 points ;

2^o elle doit n'utiliser que le noir et le blanc ainsi que des caractères identiques quant à la police, la taille et la couleur et elle ne doit comporter aucun relief ;

3^o elle ne peut paraître sur la première ou la dernière page du journal ou du magazine et doit être imprimée sur du papier d'un format et d'une qualité identiques à ceux du papier habituellement utilisé dans le journal ou le magazine.

L'espace utilisé par la publicité ne peut contenir aucune autre publicité que celle visée au présent article. De plus, si plusieurs publicités concernant le tabac sont diffusées dans un même journal ou magazine écrit, celles-ci doivent être regroupées dans une ou, au besoin, plusieurs pages successives.

5. Les publications spécialisées portant sur le tabac ou sur des accessoires pouvant être utilisés pour la consommation du tabac qui sont offertes en vente dans un commerce doivent être étalées de façon à ne pouvoir être vues que de l'intérieur de ce commerce. De plus, elles doivent être placées de façon à ce que, pour chaque édition d'une publication, la page couverture d'un seul exemplaire de cette édition ne soit visible à la fois.

Aucun effet lumineux, sonore ou autre ne peut être utilisé pour attirer l'attention du public sur ces publications.

6. Sous réserve des dispositions de l'article 19 de la loi et de celles du deuxième alinéa du présent article, l'exploitant d'un point de vente de tabac ne peut vendre un produit du tabac autrement que dans un emballage contenant au moins 10 portions unitaires de ce produit.
L'interdiction prévue au premier alinéa ne s'applique pas à un emballage de tabac ou à une portion unitaire de tabac vendu à un coût supérieur à 5 \$.

7. La violation des dispositions de l'un des articles 2 à 6 constitue une infraction.

8. Les dispositions du présent règlement entrent en vigueur le 31 mai 2008.

Annexe 3

VERSION ADMINISTRATIVE

(La version officielle disponible dans la *Gazette officielle du Québec* prévaut)

Règlement sur la mise en garde attribuée au ministre de la Santé et des Services sociaux et portant sur les effets nocifs du tabac sur la santé

Loi sur le tabac

(L.R.Q., c. T-0.01, a. 25.1)

1. Toute publicité diffusée dans un journal ou un magazine écrit conformément à l'article 4 du Règlement d'application de la Loi sur le tabac doit, compte tenu de sa superficie et de la langue de publication du journal ou du magazine, comporter l'une des mises en garde prévues à l'annexe du présent règlement.
2. Une publicité ayant une superficie égale ou inférieure à 100 cm² doit comporter la mise en garde du premier format. Celle ayant une superficie comprise entre 100 cm² et 200 cm² et celle ayant une superficie égale ou supérieure à 200 cm² doivent comporter, respectivement, la mise en garde du second ou du troisième format.
3. Une publicité diffusée dans un journal ou un magazine écrit de langue française doit comporter une mise en garde en français. Celle diffusée dans un journal ou un magazine écrit de langue anglaise doit comporter une mise en garde en anglais. Dans le cas d'un journal ou magazine écrit publié dans une autre langue que le français ou l'anglais, la mise en garde utilisée doit être en français.
4. La mise en garde doit être placée dans le coin supérieur gauche de la publicité; la partie gauche et la partie supérieure de la ligne délimitant la mise en garde devant être contiguës aux parties correspondantes de la ligne délimitant la publicité.
5. La mise en garde doit être téléchargée à partir du site internet du ministère de la Santé et des Services sociaux à l'adresse suivante : <http://www.msss.gouv.qc.ca>. Elle ne doit subir aucune altération entre le moment de son téléchargement et celui de sa diffusion.
6. La violation des dispositions de l'un des articles 1 à 5 constitue une infraction.
7. Les dispositions du présent règlement entrent en vigueur le 31 mai 2008.

