

À jour au 1^{er} juillet 2018

Ce document n'a aucune valeur officielle.
En cas de divergence, la version publiée
Sur le site des Publications du Québec
a préséance.

chapitre P-9.1, r. 6

Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques

Loi sur les permis d'alcool

(chapitre P-9.1, a. 114).



Les montants prévus au règlement ont été indexés à compter du 1^{er} avril 2018 selon l'avis publié à la Partie 1 de la Gazette officielle du Québec le 17 mars 2018, page 183. (a. 18)

SECTION I

DÉFINITIONS

1. Dans le présent règlement, à moins que le contexte n'indique un sens différent, les définitions contenues dans l'article 2 de la Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques (chapitre I-8.1) s'appliquent au présent règlement.

En outre, dans le présent règlement, on entend par:

«dégustation»: l'activité promotionnelle par laquelle un fabricant donne des boissons alcooliques à des personnes en une quantité si faible qu'elle ne sert qu'à faire goûter la boisson alcoolique servie;

«distributeur»: toute personne autorisée par la Société des alcools du Québec en vertu du paragraphe *h* de l'article 17 de la Loi sur la Société des alcools du Québec (chapitre S-13);

«fabricant»: la Société, pour les boissons alcooliques qu'elle embouteille sous ses marques, le titulaire d'un permis délivré en vertu de la Loi sur la Société des alcools du Québec, tout autre fournisseur de boissons alcooliques de la Société ainsi que les agents ou les représentants de ces personnes;

«titulaire de permis»: le titulaire d'un permis délivré en vertu de la Loi sur les permis d'alcool (chapitre P-9.1).

D. 1529-91, a. 1; D. 469-2001, a. 1.

SECTION II

PUBLICITÉ DES BOISSONS ALCOOLIQUES

2. Nul ne peut faire une publicité sur les boissons alcooliques:

1° s'adressant à une personne mineure ou incitant une personne mineure à consommer des boissons alcooliques;

2° présentant directement ou indirectement la consommation de boissons alcooliques comme:

- a) un facteur de valorisation, de prestige social ou de réussite;
- b) une façon d'accroître la performance sportive;
- c) un élément nécessaire à la participation d'une personne à des activités;
- d) une aide dans la solution de difficultés personnelles;

3° associant la consommation de boissons alcooliques à la conduite d'un véhicule motorisé;

4° incitant une personne à consommer des boissons alcooliques de façon non responsable.

D. 1529-91, a. 2.

3. Nul ne peut faire une publicité sur les boissons alcooliques dans laquelle:

1° on utilise une personne mineure;

2° on utilise ou fait allusion à un personnage fictif ou réel associé aux personnes mineures;

3° on présente une personne qui consomme des boissons alcooliques de façon non responsable.

D. 1529-91, a. 3.

4. Les articles 2 et 3 ne s'appliquent pas à une publicité qui vise à promouvoir l'abstinence ou la modération dans la consommation de boissons alcooliques ou à donner de l'information sur les effets d'une consommation non responsable de boissons alcooliques.

D. 1529-91, a. 4.

5. Dans une publicité, toute représentation relative à une boisson alcoolique doit être exacte.

En outre, aucune publicité sur un vin de table vendu par un titulaire de permis d'épicerie, qu'elle soit sonore, visuelle, imprimée, informatisée ou autre, ne peut indiquer le nom d'un lieu ou d'une aire géographique qui est réservé selon les conditions prévues par la législation du pays où le vin est produit.

D. 1529-91, a. 5; D. 469-2001, a. 2; D. 1088-2016, a. 1.

6. Un fabricant et un titulaire de permis ne peuvent faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique.

Un distributeur ne peut faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique avec un fabricant ou un titulaire de permis.

Les premier et deuxième alinéas ne s'appliquent pas à la publicité faite à l'intérieur de l'établissement d'un titulaire de permis.

D. 1529-91, a. 6; D. 469-2001, a. 3.

7. Un fabricant ou un titulaire de permis ne peuvent faire une publicité sur les vêtements et équipements destinés à une personne mineure dans la pratique d'un sport ou de toute autre activité pratiquée par une personne mineure.

D. 1529-91, a. 7.

8. Un titulaire de permis ou un distributeur ne peuvent faire une publicité sur les marques de boissons alcooliques d'un seul fabricant.

Le premier alinéa ne s'applique pas à la publicité faite à l'intérieur de l'établissement d'un titulaire de permis.

D. 1529-91, a. 8.

9. Un titulaire de permis pour consommation sur place ne peut, en aucun temps, offrir ou accorder un rabais sur le prix habituel des boissons alcooliques qu'il vend.

D. 1529-91, a. 9.

10. Le titulaire d'un permis pour consommation sur place ne peut, directement ou indirectement, dans sa publicité, annoncer la consommation gratuite de boissons alcooliques.

D. 1529-91, a. 10.

SECTION III

PRATIQUES PROMOTIONNELLES

11. Un fabricant ne peut offrir ni procurer un avantage financier ou autre à un distributeur en vue d'empêcher l'accès ou la disponibilité, dans le réseau de distribution de ce distributeur, des boissons alcooliques d'un autre fabricant.

Un distributeur ne peut solliciter ni recevoir d'un fabricant un avantage financier ou autre en vue d'empêcher l'accès ou la disponibilité dans le réseau de distribution de ce distributeur, des boissons alcooliques d'un autre fabricant.

D. 1529-91, a. 11.

12. Aucune boisson alcoolique ne peut être donnée pour fin de dégustation sur place dans un endroit où le public est admis à moins:

1° que la dégustation ait lieu dans une succursale de la Société, dans l'établissement d'un titulaire de permis, dans le magasin d'un agent de la Société ou sur les lieux de fabrication où est exploité un permis de production artisanale ou de distillateur;

2° qu'il s'agisse de boissons alcooliques dont la vente est autorisée sur les lieux de la dégustation;

3° que la quantité de boisson alcoolique donnée à une personne ne dépasse pas, par marque de produit, 100 ml pour une boisson alcoolique contenant au plus 7% d'alcool en volume, 50 ml pour une boisson alcoolique contenant plus de 7% et moins de 20% d'alcool en volume et 25 ml pour une boisson alcoolique contenant au moins 20% d'alcool en volume;

4° que la dégustation soit conduite par le fabricant des boissons alcooliques offertes en dégustation ou par une entreprise indépendante du commerce des boissons alcooliques et spécialisée dans les sondages d'opinion ou par les employés de la Société;

5° que les boissons alcooliques utilisées soient achetées directement du titulaire de permis où se tient la dégustation;

6° que la personne à qui est donnée la boisson alcoolique soit une personne majeure.

Un titulaire de permis ne peut être un agent ou mandataire d'un fabricant pour les fins de la conduite d'une dégustation.

D. 1529-91, a. 12; D. 469-2001, a. 4; 2018, c. 20, a. 125.

13. *(Abrogé).*

D. 1529-91, a. 13; D. 469-2001, a. 5.

14. *(Abrogé).*

D. 1529-91, a. 14; D. 469-2001, a. 5.

15. Un fabricant ne peut vendre, donner ou fournir à un titulaire de permis, l'équipement pour l'exploitation de son permis.

Aux fins du présent article, les articles publicitaires destinés à être utilisés par les consommateurs sur les lieux de l'établissement, ne sont pas considérés être de l'équipement pour l'exploitation d'un permis.

D. 1529-91, a. 15.

16. Aucun fabricant ni aucun titulaire de permis et leurs employés ne peuvent donner des boissons alcooliques à une personne mineure, ni à une personne en état d'ivresse.

D. 1529-91, a. 16.

17. Un titulaire de permis de distillateur, de fabricant de vin ou de fabricant de cidre ne peut donner une boisson alcoolique qu'il embouteille à moins qu'elle n'ait été achetée de la Société.

Toutefois, ce titulaire peut donner à même ses inventaires une boisson alcoolique qu'il embouteille si le don est fait à l'une des personnes suivantes pour sa consommation personnelle:

- 1° une personne qui visite son usine d'embouteillage;
- 2° son employé.

D. 1529-91, a. 17.

18. Le titulaire de permis d'épicerie ne peut vendre la bière à un prix inférieur à 2,9777 \$ le litre pour la bière contenant moins de 4,1% d'alcool en volume, 3,1452 \$ le litre pour la bière contenant au moins 4,1% et au plus 4,9% d'alcool en volume, 3,2626 \$ le litre pour la bière contenant plus de 4,9% et au plus 6,2% d'alcool en volume et 3,3720 \$ le litre pour la bière contenant plus de 6,2% d'alcool en volume.

Ces prix minimums sont ajustés au 1^{er} avril de chaque année selon l'évolution de l'indice des prix à la consommation pour le Canada couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année précédente, tel qu'établi par Statistique Canada.

Pour l'application du deuxième alinéa, la Régie des alcools, des courses et des jeux publie, à chaque année, aussitôt que possible, après la détermination des nouveaux prix minimums, le tableau de ceux-ci à la Partie 1 de la *Gazette officielle du Québec* et si elle le juge à propos par tout autre moyen.

Sous réserve de l'article 12, le titulaire de permis d'épicerie ou son employé ne peut donner ni permettre que des boissons alcooliques soient données à quiconque dans son établissement.

D. 1529-91, a. 18; D. 610-94, a. 1.

SECTION IV

PROGRAMMES ÉDUCATIFS EN MATIÈRE DE BOISSONS ALCOOLIQUES

19. Les fabricants appliquent individuellement ou collectivement des programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques.

Ces programmes peuvent prendre l'une ou l'autre des formes suivantes:

- 1° une subvention à un organisme qui fait de la recherche médicale sur des traitements ayant pour but d'aider les personnes éprouvant des problèmes reliés à la consommation de boissons alcooliques;
- 2° une subvention à une maison d'aide et de réhabilitation pour les personnes éprouvant des problèmes reliés à la consommation de boissons alcooliques;
- 3° la diffusion de messages qui informent le consommateur de boissons alcooliques sur les avantages d'une consommation responsable et qui ne font référence à aucune marque particulière de boissons alcooliques, ou une participation à un organisme qui subventionne la diffusion de tels messages.

D. 1529-91, a. 19.

20. Les fabricants doivent soumettre les programmes prévus à l'article 19 à la Régie, au plus tard le 1^{er} mars de chaque année, ou à toute autre date préalablement convenue avec la Régie.

D. 1529-91, a. 20.

SECTION V

PROCÉDURE D'APPROBATION DE LA PROMOTION, DE LA PUBLICITÉ ET DES PROGRAMMES ÉDUCATIFS EN MATIÈRE DE BOISSONS ALCOOLIQUES

21. Le fabricant qui entend diffuser ou faire diffuser de la publicité en matière de boissons alcooliques doit, au préalable, la faire approuver par la Régie.

Il doit lui faire parvenir, au moins 5 jours avant la date à laquelle il entend diffuser ou faire diffuser cette publicité, un dossier écrit.

D. 1529-91, a. 21.

22. Toute autre personne peut, de la même manière, faire approuver par la Régie la publicité qu'elle entend diffuser ou faire diffuser.

D. 1529-91, a. 22.

23. La Régie délivre une attestation de conformité lorsque la publicité ou le programme éducatif qui lui a été soumis est conforme aux dispositions du présent règlement.

D. 1529-91, a. 23.

24. La Régie refuse d'approuver toute publicité d'un fabricant qui ne lui a pas soumis avant le 1^{er} mars un programme éducatif en matière de boissons alcooliques ou qui n'a pas appliqué un tel programme dans les 12 mois qui ont suivi celui de son approbation.

D. 1529-91, a. 24.

25. La Régie retire l'attestation de conformité qu'elle a délivrée lorsque la publicité ou le programme comporte, par rapport au dossier écrit visé au second alinéa de l'article 21 ou, selon le cas, au programme soumis conformément à l'article 20, des différences qui en changent le sens ou la portée.

D. 1529-91, a. 25.

26. Le fabricant ou la personne dont la publicité a été approuvée par la Régie doit, durant une période d'un an à compter de la date de sa diffusion, en conserver le texte et, selon le cas, une reproduction sur bande magnétique ou magnétoscope.

D. 1529-91, a. 26.

27. *(Omis).*

D. 1529-91, a. 27.

28. *(Omis).*

D. 1529-91, a. 28.

RÉFÉRENCES

D. 1529-91, 1991 G.O. 2, 6380

D. 610-94, 1994 G.O. 2, 2196

L.Q. 1997, c. 43, a. 875

D. 469-2001, 2001 G.O. 2, 2873

D. 1088-2016, 2016 G.O. 2, 6281A

