

# Politiques prometteuses pour réduire les méfaits de l'alcool

---



**27 AVRIL | 12 H**

**Encadrer le prix de l'alcool**



# Conférencières



**Marianne Dessureault, avocate**

*Responsable des affaires juridiques et chargée de projets, ASPQ*

[mdessureault@aspq.org](mailto:mdessureault@aspq.org)

514-528-5811 poste 237



**Chantal Blouin, Ph.D.**

*Conseillère scientifique spécialisée  
Coordonnatrice, Équipe Alcool, drogues, jeux de hasard et d'argent  
Institut national de santé publique du Québec (INSPQ)*

# Plan de présentation

1. L'ASPQ en bref
2. Contexte des webinaires
3. Présentation par Marianne Dessureault (ASPQ)
4. Présentation par Chantal Blouin (INSPQ)
5. Conclusion
6. Période de questions



# Mission et vision



---

L'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ) est un organisme indépendant à but non lucratif qui réunit près de 1 000 partenaires citoyens et organisationnels pour faire de la santé durable, par la prévention, une priorité.

---

La **santé durable** c'est :

**Plus de santé**, plus longtemps, dans un environnement plus sain et plus sécuritaire, pour toutes et tous et pour les générations à venir.

# Publications

Publications disponibles au [www.aspq.org](http://www.aspq.org) (Priorité « alcool ») :

- L'alcool au Québec : une consommation soutenue par une norme sociale favorable (2022)
- L'alcool au Québec : opinions de la population et des organismes sur la norme sociale et les politiques publiques (2022)
- Politiques prometteuses pour réduire les méfaits de l'alcool (2022)
- Études de cas : Colombie-Britannique (0,05) et Loi de Sandy (Ontario) (2022)
- Portrait du marketing. Des stratégies pour tous les goûts (2021)



# Contexte des webinaires

- L'alcool est un facteur de risque dans diverses problématiques sociales et de santé
- Coûts importants
- Instauration de mesures par diverses instances au Canada et dans le monde
- Recueil de politiques prometteuses pour réduire les méfaits de l'alcool (2022) présente 6 politiques
- Série de 5 webinaires jusqu'au 27 avril 2023



# Pourquoi parler d'encadrement du prix ?

- Attrait du prix pour les consommateurs
  - Influence les comportements d'achats
  - Influence les niveaux de consommation
- Diversité de stratégies visant à diminuer le prix de vente
  - Rabais et promotions fréquents et publicisés
- Récent débat sur les taxes des produits alcoolisés
- Politique du prix minimum complexe



# Plusieurs types de promotions sur le prix

- Les promotions liées au prix des boissons alcoolisées ont pour but de réduire à court terme le prix d'un produit.
  - Elles touchent directement le prix de l'alcool en l'abaissant ou en donnant l'impression d'une bonne affaire.
- Plusieurs formes :
  - Offre d'un autre produit à l'achat d'une boisson alcoolisée (promotion croisée)
  - Soldes ou rabais
  - Concours
  - Coupons de réduction
  - Paiement des taxes
  - Réduction sur les achats multiples (2 pour 1)
  - Remises en argent



# Exemples de promotions



# Exemples de promotions



# Portrait législatif en vigueur au Québec

## Règles relatives au prix de vente :

- Prix plancher sur la bière vendue en épicerie et dépanneurs (titulaires de permis d'épicerie).
  - Prix varient selon la teneur en alcool par volume
  - Prix indexés annuellement et [publiés](#) par la RACJQ
- [Taxe provinciale spécifique](#) sur l'alcool en sus de la TPS et TVQ et [taxe fédérale](#) sur l'alcool applicables
- Les prix des produits vendus à la SAQ font l'objet d'ententes commerciales
- Les politiques soumises aux règles de libre-échange et d'ententes commerciales (ex. [GATT](#))
  - Exception pour la protection de la santé



# Portrait législatif en vigueur au Québec

## Règles relatives aux promotions sur les prix :

- Interdiction de publicité encourageant la consommation non responsable (art. 2(4) [\*Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques\*](#)).

Par exemple :

- Open bar
  - Soirée des dames (ladies night) offrant de l'alcool gratuitement
  - Beat the clock
  - 3 pour 1 ou 4 pour 1
  - Boissons à bas prix (prix infime)
- Interdiction (pour les titulaires de permis pour consommation sur place) d'offrir ou accorder un rabais sur le prix habituel (art. 9 du *Règlement*).
  - Interdiction (pour les titulaires de permis pour consommation sur place) d'annoncer, dans sa publicité, la consommation gratuite (art. 10 du *Règlement*).



# Ce qui se fait ailleurs

## En matière de prix minimum :

- Toutes les provinces canadiennes ont des politiques de prix minimums sur l'alcool vendu pour emporter ou pour consommation sur place.
  - Le Québec et l'Alberta n'en ont pas pour l'ensemble des alcools vendus.
- Pour des raisons de santé publique, d'autres pays ont adopté une politique de prix minimum :
  - l'[Écosse](#) a instauré un prix minimum (ou unitaire) par verre d'alcool en 2018
  - les [Pays de Galles](#) en 2020
  - l'[Irlande](#) en 2022.

Tableau résumant les prix minimums (\$) en 2017 dans les autres provinces canadiennes (ces prix peuvent différer des prix actuels) par types d'alcools)

	Consommation pour emporter				Consommation sur place			
	Bière	Vin	Panaché	Spiritueux	Bière	Vin	Panaché	Spiritueux
BC	1,35	1,03	1,12	1,37	3,22	3,45	2,47	5,18
AB	-	-	-	-	2,39	1,76	1,98	4,32
SK	1,52	1,45	1,28	1,38	2,09	1,68	1,61	3,38
MB	1,37	1,22	1,27	1,27	2,25	2,16	1,61	3,38
ON	1,33	1,17	1,19	1,49	2,00	1,92	1,43	2,94
QC	1,36	-	0,93	-	-	-	-	-
NB	1,27	1,23	1,65	1,05	1,35	1,73	3,10	2,16
PE	2,17	2,05	1,94	1,51	2,50	3,45	2,45	3,45
NS	1,82	1,82	1,78	1,48	2,40	2,40	1,72	3,67
NL	1,83	1,72	2,12	1,47	1,65	1,91	1,13	2,34

\* Les données sont tirées des rapports CAPE par provinces et territoires du Canadian Institute for Substance Use Research de l'Université de Victoria, <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/projects/active/projects/canadian-alcohol-policy-evaluation.php>

# Ce qui se fait ailleurs

## En matière de promotions liées au prix :

- Depuis 2021, il est interdit, en Irlande, de faire des promotions liées au prix sur l'alcool, dont les rabais sur les achats multiples, les gratuités, les promotions croisées et les programmes de loyauté. ([Regulations 2020, S.I. No 4/2020](#))
- Les Territoires du Nord-Ouest interdisent la distribution de coupons-rabais échangeables à l'achat d'alcool (art. 72 [Règlement sur les boissons alcoolisées](#)).
- L'Ontario précise, dans [ses directives](#), que les promotions sur les prix fondées sur l'achat d'autres boissons (promotions sur les achats multiples, 2 pour 1, moitié prix, etc.) et des promotions ciblant certains groupes (étudiants, femmes, etc.) sont interdites.

# Présentation de Chantal Blouin (INSPQ)

Présentation du rapport

« Un prix minimum par verre d'alcool standard pour le Québec : estimation de l'impact sur les décès et les hospitalisations » (INSPQ, 2020)



# Conclusion

## Stratégies à envisager :

- Instaurer un prix minimum par verre d'alcool standard sur l'ensemble des boissons alcoolisées vendues.
- Interdire l'offre d'un produit promotionnel à l'achat de produits alcoolisés (promotion croisée).
- Interdire les promotions sur les prix lors de l'achat multiple (Happy Hour, 2 pour 1, paiement des taxes, etc.).
- Interdire les programmes fidélité ou les bons échangeables sur les produits d'alcool.
- Interdire la publicité de promotions liées au prix.





# Période de questions



# Pour en savoir plus

- April, N. et al. (2020). « Un prix minimum par verre d'alcool standard pour le Québec: estimation de l'impact sur les décès et les hospitalisations », *INSPQ*, [https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2636\\_prix\\_minimum\\_verre\\_alcool.pdf](https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2636_prix_minimum_verre_alcool.pdf)
- OMC et OMS (2002). « Les accords de l'OMC et la santé publique. Étude conjointe de l'OMS et du Secrétariat de l'OMC », [https://www.wto.org/french/res\\_f/booksp\\_f/who\\_wto\\_f.pdf](https://www.wto.org/french/res_f/booksp_f/who_wto_f.pdf)
- WHO (2022). « No place for cheap alcohol: the potential value of minimum pricing for protecting lives » Copenhagen: WHO Regional Office for Europe, <https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1435687/retrieve>
- Bartlett, O et A. Macculloch (2019). « Evidence and Proportionality in Free Movement Cases: The impact of the Scotch Whisky Case », *European Journal of Risk Regulation* 11(1) : 109-130, <https://doi.org/10.1017/err.2019.64>
- ASPQ (2022). « Politiques prometteuses pour réduire les méfaits de l'alcool », [https://aspq.org/app/uploads/2022/04/recueil\\_pp\\_alcool-vc6922.pdf](https://aspq.org/app/uploads/2022/04/recueil_pp_alcool-vc6922.pdf)
- ASPQ (2021). « Portrait du marketing de l'alcool au Québec: des stratégies pour tous les goûts », [https://www.aspq.org/nos-outils/portrait-du-marketing-de-lalcool-au-quebec/2020\\_rapport\\_4p\\_alcool\\_aspq\\_z/](https://www.aspq.org/nos-outils/portrait-du-marketing-de-lalcool-au-quebec/2020_rapport_4p_alcool_aspq_z/)
- RACJ (2020). *Promotion et publicité en matière de boissons alcooliques*, <https://www.racj.gouv.qc.ca/communications/messages-aux-titulaires-de-permis-et-licences/detail/promotion-et-publicite-en-matiere-de-boissons-alcooliques.html>



ASSOCIATION POUR LA SANTÉ  
PUBLIQUE DU QUÉBEC

**Pour nous joindre :**

[www.aspq.org](http://www.aspq.org)

[info@aspq.org](mailto:info@aspq.org)

514-528-5811

