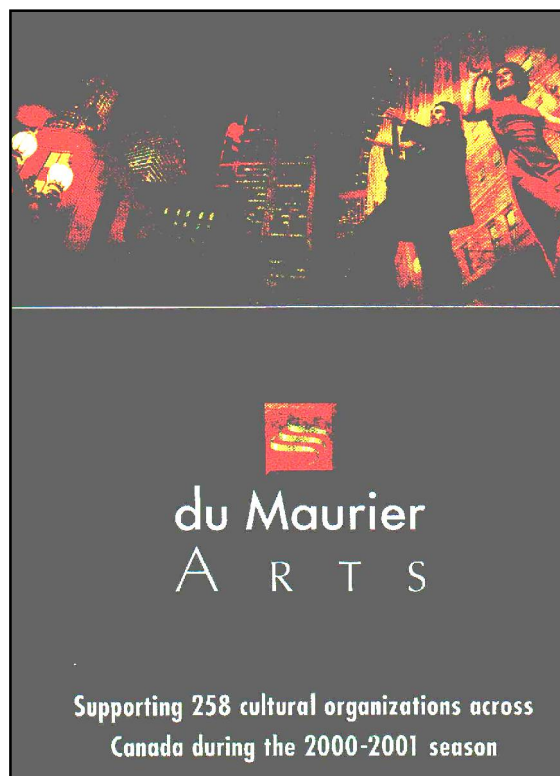
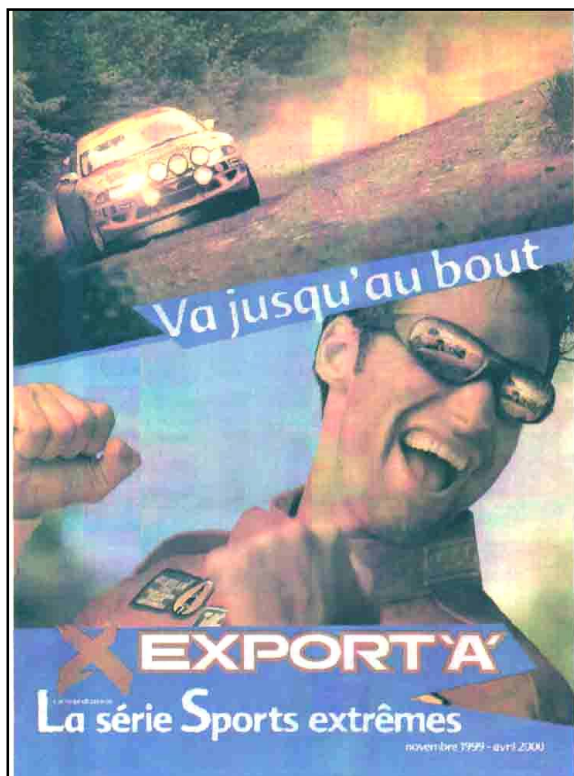


PLAINTES CONCERNANT LE RESPECT DE LA LOI SUR LE TABAC (CHAPITRE PROMOTION)

(Mise à jour : 3 avril 2001)

A) Promotion de 'programmes de commandite' de l'industrie



■ Constatations :

- 1) L'industrie du tabac agit comme si les programmes de commandite, à eux seuls, constituaient l'exécution d'un « contrat de commandite ». C'est-à-dire qu'elle utilise les exemptions octroyées pour l'exécution des contrats de commandite signés avant le 14 mai 1998 pour faire la promotion de ces programmes.
- 2) Certaines publicités ne mentionnent pas d'événements spécifiques.
- 3) Parfois les publicités des programmes de commandite de l'industrie mentionnent des événements qui ont lieu à l'extérieur du Québec.

■ Argumentaire :

- 1) Les exemptions sont là pour octroyer une période de transition aux événements qui dépendent de la commandite de tabac.
- 2) Les exemptions n'ont pas été conçues pour protéger les activités de promotion de l'industrie.

- 3) Selon l'entendement populaire ou la définition du monde du marketing, une commandite implique un contrat entre un commanditaire (l'industrie du tabac) et un événement ou activité autonome, qui prescrit un financement en échange de visibilité pour l'industrie ou son produit.
- 4) Les corporations ou des programmes affiliés à (et créés par) l'industrie ne font pas partie des activités dans le cadre de « contrats de commandite » auxquels réfère la loi.
- 5) La promotion des programmes de commandite n'a comme but que de faire la promotion de marques de tabac.
- 6) Les exemptions devraient se limiter aux contrats de commandite d'événements qui ont lieu au Québec seulement.

■ **Articles de la loi :**

Article 24. : « *Toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, (...) est interdite lorsqu'elle (...) 3° associe directement ou indirectement l'usage du tabac à un style de vie.* »

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^{er} octobre 2000 peuvent être exécutés. (...)*

De plus, dans le cadre de ces contrats, il est également permis d'utiliser, pendant la durée de l'activité, du matériel relatif à la promotion visée à l'article 22 sur le site où se tient cette activité jusqu'au 1^{er} octobre 2003.

Toutefois, une telle promotion ne peut occuper, en dehors de ce site, un espace supérieur à 10% de la surface de tout matériel de promotion relié à cette activité jusqu'au 1^{er} octobre 2003.

Le matériel de promotion visé au troisième alinéa ne peut figurer que :

1° dans les publications qui sont expédiées par le courrier et qui sont adressées à un majeur désigné par son nom ;

2° dans des publications dont au moins 85% des lecteurs sont majeurs ;

3° sur des affiches placées dans un lieu ou un commerce où les mineurs ne sont pas admis en vertu de la Loi sur les infections en matière de boissons alcooliques »

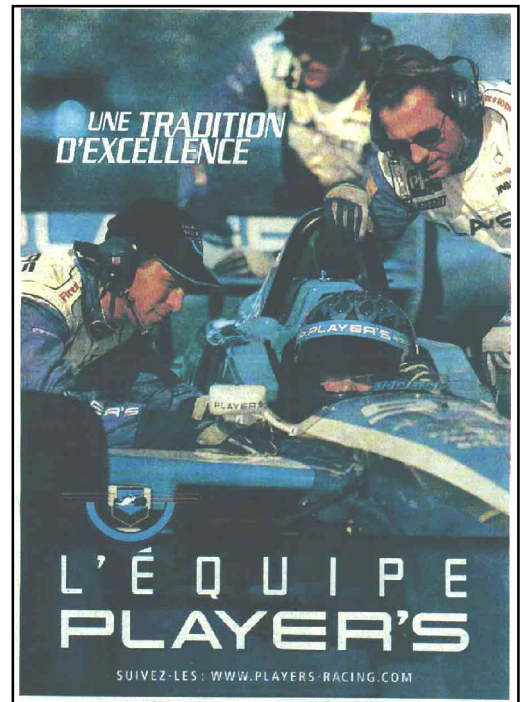
B) Promotion indirecte sur des affiches dans les points de vente :

Liée à la Série C.A.R.T. :



↑ Affiches dans les dépanneurs C.A.R.T.
Publicité Équipe Player's →

↓ Publicité Équipe Player's / C.A.R.T



■ **Constatations :**

- 1) L'industrie agit comme si ces annonces ne constituaient pas de la publicité du tabac (directe ou indirecte), ni comme une exemption liée à la commandite de tabac.
- 2) Ces affiches ne contiennent pas de nom de marques de cigarette. Elles contiennent des « éléments » de marque cependant, comme la couleur, des représentations graphiques (grand X rouge, chevron de l'auto de course) et des images (styles de vie) associés à une marque de tabac.
- 3) Si le gouvernement décrète que cette publicité ne contrevient pas à la loi, il ouvrirait la porte à une infinité de publicités indirectes similaires en faveur du tabac, et ce, en dépit de toutes les interdictions et restrictions de la *Loi sur le tabac* qui seront bientôt complètement en vigueur.

■ **Article de la loi :**

« 24. Toute publicité directe ou indirecte en faveur 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 lorsqu'elle : (...)^{3°} associe directement ou indirectement l'usage du tabac à un style de vie ; »

Liée à la Série Sports extrêmes :



↑ Affiches pour la Série Sports extrêmes dans les dépanneurs

Publicités pour la Série Sports Extrêmes Export 'A' →



■ **Argumentaire :**

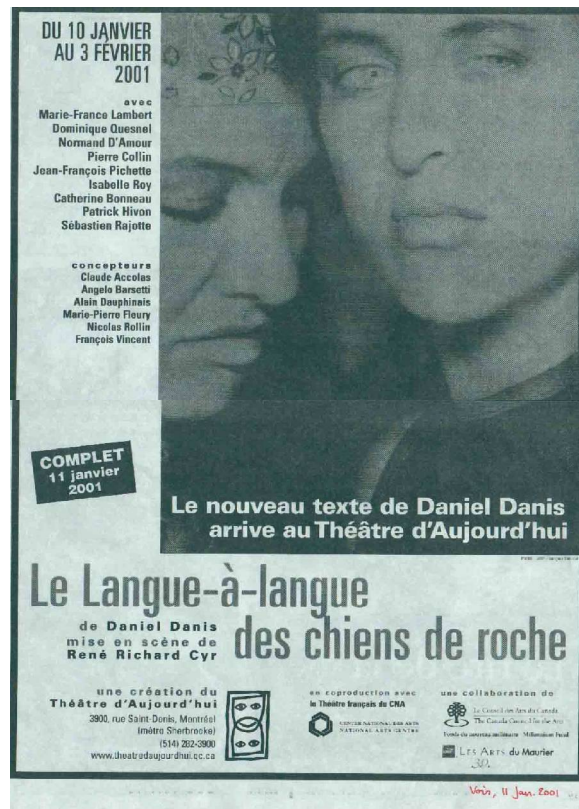
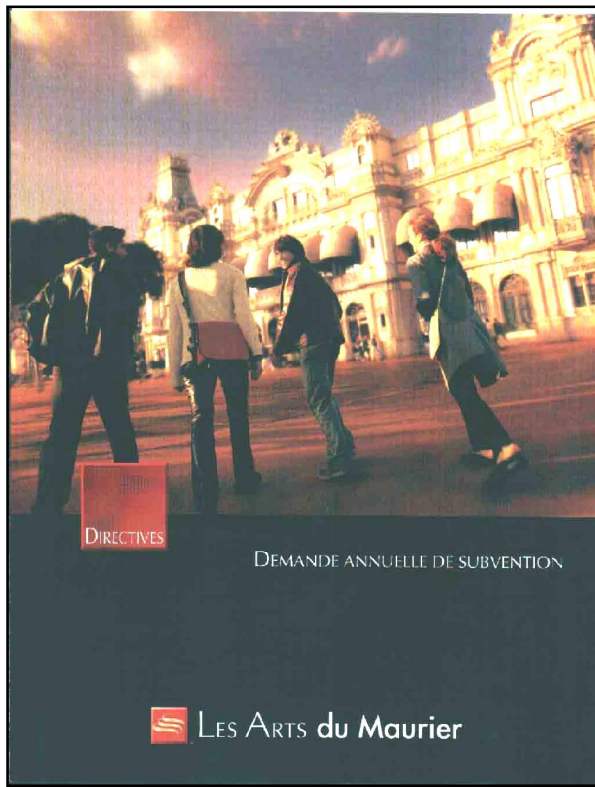
1) La « publicité indirecte » n'est pas définie dans la loi, mais d'autres lois (Canada et France) précisent ce terme. Selon ces dernières, il est question :

- de publicités qui associent indirectement le tabac à un style de vie ;
- de présentations, par tous les moyens, susceptibles de créer des attitudes liés au tabac ;
- d'annonces qui évoquent des produits du tabac ;
- de parrainages qui ont non seulement pour objet, mais aussi comme conséquence de promouvoir le tabac ;
- de lien financier entre l'industrie du tabac et l'entreprise qui paie pour la publicité d'un produit autre que le tabac ;
- de l'usage de produits ou services autres que le tabac visiblement associés à des marques de tabac.

2) Ces affiches—conçues, payées et distribuées par l'industrie du tabac—sont placées dans les mêmes endroits où étaient les anciennes publicités pro-tabac (là où l'on vend des cigarettes Player's et Export 'A'). Ces affiches évoquent les images associées aux marques de tabac grâce à l'association qui a été délibérément créée par l'industrie du tabac par le biais d'un ensemble d'autres activités de promotion parallèles.

C) Nouvelles commandites :

Nouvelles subventions pour des organisations culturelles :



■ Constatations :

- 1) Les Arts du Maurier continuent à lancer des appels aux organismes culturels pour qu'ils fassent des demandes de subventions. Dans le formulaire de demande, on retrouve une série de normes liées à la visibilité du nom « Les Arts du Maurier ».
- 2) L'industrie agit comme si l'exemption s'appliquait à ses programmes de commandite, et non pas aux événements autonomes commandités par l'industrie. Par exemple, les Arts du Maurier commanditent des nouvelles activités, comme des pièces de théâtre, qui n'existaient pas avant 1998.
- 3) Le dernier communiqué de presse des Arts du Maurier (3 avril 2001) dit : « *Vingt-cinq des 93 groupes d'art reçoivent une subvention du Conseil pour la première fois* »



■ Argumentaire :

- 1) Toute subvention par l'industrie du tabac pour un organisme ou un individu, en échange de la visibilité d'un élément d'une marque du tabac constitue de la commandite au sens populaire et dans le monde du marketing.
- 2) La commandite de nouveaux événements par les corporations ou programmes de commandite de l'industrie n'est pas exemptée par la loi. Ces commandites impliquent nécessairement des nouveaux contrats.
- 3) Les seuls contrats exemptés par la loi sont ceux qui ont été signés avant le 14 mai 1998.

■ 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.* »

Article 24. : « *Toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, (...) est interdite lorsqu'elle (...) 3^o associe directement ou indirectement l'usage du tabac à un style de vie.* »

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^{er} octobre 2000 peuvent être exécutés.* (...) »

Subventions pour des étudiants en art :

Modalités et conditions

Admissibilité

- Les candidats doivent être âgés de 19 ans ou plus.
- Les candidats doivent être en dernière année d'étude au 1er cycle ou aux études supérieures.
- Seuls les candidats inscrits dans une université du Québec ou de l'Ontario, dans les disciplines susmentionnées, sont éligibles.
- Les candidats doivent remplir un formulaire de demande fournissant les renseignements complets pour chaque demande de subvention (un seul projet par personne).
- Les candidats doivent fournir une preuve de citoyenneté canadienne.

Critères de projets

Le conseil d'administration du Conseil des Arts accordera la priorité aux projets qui se révéleront les plus innovateurs en matière de présentation au public. Les décisions des membres du conseil d'administration tiendront également compte de la qualité des projets.

Tous les projets doivent s'adresser à un public de personnes âgées de 19 ans ou plus.

Les subventions seront accordées pour les étapes finales des projets menant à la présentation publique.

Les projets doivent être exécutés entre le 1er novembre 2001 et le 30 juin 2002.

Disciplines

- ARTS VISUELS
- CINÉMA ET VIDÉO
- MULTIMÉDIA ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

Reconnaissance du soutien financier

- Les candidats retenus doivent reconnaître le soutien financier du Conseil des Arts dans la conception leur matériel publicitaire ou promotionnel. Le Conseil des Arts fournira aux candidats retenus tout matériel graphique nécessaire. Tout le matériel imprimé ou électronique développé par le bénéficiaire ou par des tiers doit être soumis au Conseil des Arts au moins quatre (4) semaines avant la production du matériel promotionnel afin d'approuver la disposition de notre logo et/ou de notre signature conformément à la réglementation gouvernementale.
- Les candidats retenus doivent également reconnaître le soutien financier lors d'entrevues avec les médias imprimés et électroniques, ou lors de toute autre occasion appropriée.
- Les candidats retenus doivent être prêts à accorder au Conseil des Arts la permission d'utiliser le projet et tout matériel connexe dans les activités publicitaires et promotionnelles du Conseil des Arts ainsi que dans son site Web. Les droits du réalisateur demeurent la propriété de l'auteur.
- Le Conseil des Arts, en commun accord avec les candidats retenus, se réserve le droit de solliciter la participation aux activités de promotions et/ou de relations publiques du Conseil jugées appropriées.

Règlements

Suite aux récentes législations gouvernementales, de nouveaux règlements exigent que l'utilisation du nom et du logo Les Arts du Maurier soit rapportée avant d'être mise en circulation. Il est donc impératif que tous les récipiendaires d'une subvention ainsi que leurs associés respectent la clause suivante:

Tout matériel produit dans le but de promouvoir des activités rendues possibles grâce à une subvention incluant la reconnaissance complète du nom Les Arts du Maurier doit être soumis pour approbation au Conseil des Arts au moins quatre (4) semaines avant la date de production. Le Conseil des Arts fournira aux candidats retenus tout le matériel nécessaire.

Saisir l'occasion
... DE VOUS CONSACRER À VOS PASSIONS.

Vous avez une idée géniale? Vous avez l'enthousiasme et le dynamisme, mais tout ce qui vous manque sont les fonds pour réaliser votre projet? Nous offrons désormais des subventions aux étudiants du premier cycle et à toute personne inscrite au deuxième cycle en ARTS VISUELS, EN CINÉMA ET VIDÉO, EN MULTIMÉDIA ET EN NOUVELLES TECHNOLOGIES. Si un projet artistique vous tient à cœur, nous aurons plaisir à vous aider à le réaliser.

Pour de plus amples renseignements, rendez-vous au www.lesartsdumaurier.ca, le 514-341-1000 ou téléphonez au 1-800-387-1144. Date limite d'inscription: le 31 octobre 2001.

LES ARTS du Maurier

■ Constatations :

- 1) En mars 2001, le Conseil des Arts du Maurier a annoncé l'expansion de son programme de subventions pour offrir des bourses à des étudiants dans le domaine des arts visuels.
- 2) Les critères d'admissibilité de ces bourses stipulent qu'en échange des bourses, « *les candidats retenus doivent reconnaître le soutien financier du Conseil des Arts dans la conception de leur matériel publicitaire ou promotionnel.* »
- 3) Face à des accusations concernant ces subventions, le Conseil des Arts du Maurier a dit qu'il est une entité tout à fait indépendante de Imperial Tobacco.
- 4) L'industrie agit comme si toutes les activités promotionnelles du Conseil des Arts du Maurier étaient exemptées par l'article 72, y compris des nouvelles ententes de commandites.

■ Argumentaire :

- 1) Une entente pour donner du financement en échange de visibilité pour une marque de tabac constitue de la commandite de tabac.
- 2) Toute entente entre le Conseil et des étudiants sont des nouveaux contrats—donc illégale.

D) Concours pour fumeurs :

VIVEZ au rythme d'une ville où il y a toujours de l'action.

Gagnez 1 des 2 voyages inoubliables à New York.

Comme nous encourageons 208 groupes artistiques à travers le Canada, nous connaissons par cœur bien le rôle que joue la ville de New York en tant que carrefour mondial de l'art que l'on parle de théâtre, de musique, d'expositions ou de toute autre forme d'art. Voilà pourquoi nous avons choisi d'offrir un voyage de cinq jours dans cette ville comme prix à ce fabuleux concours.

De cinq jours dans cette ville comme prix à ce fabuleux concours. Durant ce voyage, vous aurez aussi la chance de rencontrer un de nos récipiendaires, l'Ensemble Musical Répétition, et d'assister à une performance exclusive de ce groupe.

D'une valeur approximative de 20 000 \$ chacun, ces voyages de cinq (5) jours comprennent :

- une performance exclusive de l'Ensemble Musical Répétition, en journée et en soirée au Concert des Arts
- un aller-retour en classe d'économie pour la New York pour deux personnes
- 4 nuitées dans un hôtel d'opéra de la ville de Central Park
- un choix intéressant d'expériences culturelles inoubliables
- une ville inégalable des sites les plus importants de la ville
- un accès VIP dans les bars et les clubs les plus en vogue de New York
- 1000 \$ US en argent en poche

Pour avoir une chance de gagner et de découvrir la ville du show business, vous n'avez qu'à remplir le bon de participation.

Pour participer, vous devez être âgé(e) d'au moins 18 ans et être fumeur(se).

LES ARTS du Maurier

■ Constatations :

- 1) Apparaissant dans plusieurs imprimés québécois dès la mi-mars, ces publicités annoncent un concours pour des voyages de cinq jours à New York. Le formulaire spécifie que les participants doivent être des fumeurs.
- 2) Le coupon de participation recueille des informations personnelles sur les participants. C'est un moyen pour l'industrie d'augmenter sa banque de données pour faire la publicité du tabac par le biais des envois par la poste.

■ Argumentaire :

- 1) Cette activité récompense les gens qui achètent des produits du tabac. En règle générale, les fumeurs doivent acheter des produits du tabac pour fumer.
- 2) C'est illégal selon l'article 21.
- 3) Ces annonces—publicité indirecte pour la marque de tabac du Maurier—sont illégales nonobstant la tenue du concours, étant donné que la publicité indirecte de type « style de vie » est interdite, et que ces annonces ne sont pas du matériel promotionnel lié à la commandite, tel qu'exempté par l'article 72.)

■ Article de la loi :

Chapitre IV de la *Loi sur le tabac* (Promotion, publicité et emballage) :

« 21. L'exploitant d'un commerce, un fabricant ou un distributeur de produits du tabac ne peut : (...) 3° offrir à un consommateur un cadeau ou une remise ou la possibilité de participer à une loterie, un concours ou un jeu ou toute autre forme de bénéfice, en contrepartie de l'achat du tabac ou de la production d'une preuve d'achat de celui-ci. »

[Nos soulignés]