

COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS DU BARREAU DU QUÉBEC

Projet de loi n° 170, Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques

Présenté à la Commission des institutions

16 avril 2018

Mission du Barreau du Québec

Afin d'assurer la protection du public, le Barreau du Québec surveille l'exercice de la profession, fait la promotion de la primauté du droit, valorise la profession et soutient ses membres dans l'exercice du droit.

Remerciements

Le Barreau du Québec remercie les membres de son Comité consultatif sur la protection du consommateur :

M^e Luc Hervé Thibaudeau, président
M^e Christine A. Carron, Ad. E.
M^e Annick Demers
M^e Marie Josée Gauvin
M^e Yves Lauzon, Ad. E.
M^e Michaël Lévesque
M^e Denise Moreault
M^e Jeffrey Orenstein
M^e Nathalie St-Pierre

Le secrétariat de ce Comité est assuré par le Secrétariat de l'Ordre et Affaires juridiques du Barreau du Québec :

M^e Réa Hawi

Commentaires et observations du Barreau du Québec

Le projet de loi n° 170, *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, a été présenté par le ministre de la Sécurité publique, M. Martin Coiteux, le 21 février dernier.

À la suite des tristes événements entourant le décès d'une jeune fille à Laval qui avait consommé une boisson alcoolisée sucrée¹, le ministre Coiteux a annoncé qu'il présentera un amendement au projet de loi n° 170 visant à interdire la vente de boissons sucrées à haute teneur en alcool dans les dépanneurs et les épicerie². Seule la SAQ serait autorisée à vendre ces boissons.

Le Barreau du Québec accueille favorablement une telle mesure pour restreindre l'accès à ces boissons alcoolisées très attirantes pour les jeunes et suggère des mesures supplémentaires pour réduire le risque associé à ces boissons, particulièrement pour les jeunes.

Le Barreau du Québec a pour mission la protection du public³ et cette mission l'amène à assumer un rôle social important, notamment en ce qui a trait à la protection des consommateurs envers des produits qui ont des effets potentiellement néfastes.

Les cas d'intoxications suite à la consommation de boissons à forte teneur en sucre et alcool, notamment chez les jeunes sont rapportés régulièrement dans les médias⁴. De plus, la publicité associée à ces produits vise directement les jeunes. Le Barreau du Québec considère que ces produits sont dangereux, surtout pour les jeunes.

Certaines de ces boissons ont une haute teneur en alcool (allant jusqu'à 11,9 %) et contiennent des quantités importantes de sucre ainsi que de la caféine. De plus, leurs emballages sont colorés et attrayants pour les jeunes. Ils sont disponibles à grande échelle dans plusieurs épicerie et dépanneurs. La teneur en sucre de ces boissons fait aussi en sorte que le goût de l'alcool y est masqué comparativement à une boisson contenant des pourcentages similaires d'alcool comme la bière ou le vin. Dans le cas de la boisson visée, une cannette de 568 millilitres contient l'équivalent en alcool de quatre verres de vin et de 13 cuillerées à thé de sucre et se boit aisément comme un jus de fruit.

Récemment, Santé Canada a rappelé les risques associés à la consommation de boissons à forte teneur en alcool offertes en format individuel de grande taille :

« Bon nombre de produits alcoolisés vendus en format individuel sont très aromatisés et très sucrés, ce qui pourrait empêcher les consommateurs de se rendre compte de la quantité d'alcool qu'ils consomment véritablement.

¹ Voir, en ligne : <<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1086714/mort-athena-gervais-police>>.

² LA PRESSE, en ligne : <http://www.lapresse.ca/actualites/politique/politique-quebecoise/201803/12/01-5157044-les-boissons-sucrees-a-haute-teneur-en-alcool-bannies-des-depanneurs.php?utm_categorieinterne=trafficedrivers&utm_contenuinterne=envoyer_cbp>.

³ *Code des professions*, RLRQ, c. C-26, art. 23.

⁴ Voir, par exemple, en ligne : <<http://www.lapresse.ca/actualites/sante/201710/04/01-5138957-four-loko-une-boisson-inquietante-selon-des-medecins.php>>; <<http://journalmetro.com/actualites/national/1423906/les-boissons-four-loko-et-fckdup-denoncees/>>; <<http://www.journaldequebec.com/2017/10/23/four-loko-une-chaine-de-depanneurs-veut-sensibiliser-sa-clientele>>.

Certains de ces produits contiennent, en une seule portion, plus de trois consommations normales. »⁵

Le 26 octobre 2017, l'Assemblée nationale a demandé au Directeur national de santé publique de se pencher sur les cas d'intoxications suite à la consommation de boissons à forte teneur en sucre et alcool, notamment chez les jeunes⁶. L'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) a rendu public son rapport le 13 mars 2018⁷. On constate que les cas d'intoxications aiguës à l'alcool sont fréquents au Québec et qu'ils sont graves. Quoiqu'il n'est pas possible, avec les données disponibles, d'établir de lien entre les cas d'intoxications et les boissons à haute teneur en sucre et alcool, l'INSPQ est d'avis que l'analyse des données disponibles « met en évidence une problématique préoccupante qui justifie de renforcer les actions de prévention »⁸ :

« [Les] données colligées montrent que les cas d'intoxications aiguës sont fréquents et graves particulièrement chez les jeunes adultes et qu'ils concernent aussi des mineurs. Les ventes de boissons sucrées alcoolisées à haute teneur en alcool sont à la hausse et plusieurs sont accessibles à faible prix. De plus, les jeunes sont particulièrement ciblés par la publicité de ces produits. Ces éléments annoncent une problématique qui risque de s'accroître. »

Aussi, une étude réalisée aux urgences du Centre hospitalier de l'Université de Sherbrooke (CHUS) révèle que les boissons à haute teneur en alcool étaient en cause dans la vaste majorité (75 %) des consultations⁹.

Les recommandations de l'INSPQ pour prévenir les intoxications et les autres problèmes causés par l'alcool sont les suivantes :

- « Que le gouvernement adopte en priorité une politique de fixation d'un prix minimum par verre d'alcool standard pour tous les produits alcoolisés, et que ce prix soit ajusté annuellement selon l'indice des prix à la consommation;
- Que soit réalisée une étude sur l'efficacité et la faisabilité d'ajuster les formats des boissons de sorte que le contenu ne dépasse pas l'équivalent d'un verre d'alcool standard quand le produit est interprété par l'utilisateur comme représentant une consommation individuelle;

⁵ SANTÉ CANADA, *Santé Canada rappelle aux Canadiens les niveaux de consommation d'alcool qui sont sans risque*, 7 mars 2018, en ligne : <<http://canadiensensante.gc.ca/recall-alert-rappel-avis/hc-sc/2018/66140a-fra.php>>.

⁶ QUÉBEC, ASSEMBLÉE NATIONALE, *Journal des débats*. 1^{re} sess., 41^e légis., 26 octobre 2017, en ligne : <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/assemblee-nationale/41-1/journal-debats/20171026/206595.html#_Toc496883757>.

⁷ INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC, *Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées*, 2018, en ligne: <https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2360_intoxications_aigues_alcool_boissons_sucree_s_alcolisees.pdf>.

⁸ *Id.*, p. 2, 14 et 15.

⁹ *Id.*, p. 8, 9 et 15.

- Que soient renforcées les interventions de prévention sur la consommation d'alcool dans les milieux d'enseignement, particulièrement autour des événements associés à la consommation abusive;
- Que l'adoption de politiques sur l'alcool soit obligatoire dans tous les milieux d'enseignement postsecondaire;
- Que les personnes vues à l'urgence pour un problème lié à l'alcool bénéficient d'une intervention brève et qu'un contact thérapeutique soit offert aux jeunes adultes dans les jours qui suivent le départ de l'urgence;
- Que la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) applique le règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques en reconnaissant que tous les messages publiés dans les pages et les comptes commerciaux des médias sociaux, incluant les commentaires des internautes, sont du contenu publicitaire. »¹⁰

Nous croyons qu'il est important d'agir pour effectivement limiter l'accessibilité aux boissons sucrées à haute teneur en alcool. Le Barreau du Québec est d'accord avec la fixation d'un prix minimum puisqu'il s'agit d'une mesure qui limiterait aussi l'accessibilité à ces boissons. C'est également une recommandation de l'organisme Educ'alcool¹¹. Certaines de ces boissons sont vendues actuellement à des prix très bas, alors que nous savons que le prix de vente des boissons alcoolisées est reconnu comme le déterminant principal de la consommation d'alcool dans la population et que les jeunes sont parmi les consommateurs d'alcool les plus sensibles aux prix¹².

Le Barreau du Québec est également d'accord qu'il y a lieu de limiter le format des boissons. Il s'agit d'une manière de mieux contrôler la quantité d'alcool présente dans ces boissons qui sont consommées en contenants individuels. En effet, une portion « individuelle » de ces boissons devrait être équivalente à une portion d'une autre boisson comparable, soit une bière ou un verre de vin, par exemple. Elle ne devrait pas dépasser ce seuil comme c'est le cas actuellement.

Nous recommandons également la mise en place de mesures supplémentaires concernant la publicité qui vise les jeunes. En effet, les médias sociaux semblent être actuellement épargnés des interdictions en matière de publicité alors que les normes devraient s'y appliquer tout autant que les médias traditionnels. L'INSPQ fait une revue des différents types de publicité utilisés pour les boissons alcoolisées et constate que l'industrie fait preuve de créativité pour joindre les jeunes dans les médias sociaux et à la télévision :

« En visitant les médias sociaux, on observe que les trois marques ont en commun de miser sur des attraits susceptibles de plaire spécifiquement aux jeunes. Les boissons sont présentées dans des canettes aux couleurs vives et variées. De plus, les trois marques publicisent leurs produits au moyen de

¹⁰ *Id.*, p. 3.

¹¹ ÉDUC'ALCOOL, voir en ligne : <<http://educalcool.qc.ca/a-propos-de-nous/salle-de-presse/mesures-annoncees-par-quebec-pour-les-boissons-alcoolisees-sucrees-enfin-un-pas-dans-la-bonne-direction/#.WrupJ01dGrQ>>.

¹² INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC, préc., note 7, p. 15.

photos et de vidéos qui illustrent des jeunes buvant ces boissons, ce qui est défendu sur les ondes de stations de radio et de télévision canadiennes. »¹³

L'INSPQ conclut que « des actions s'imposent pour réduire les risques que peut présenter pour les jeunes la promotion des boissons à forte teneur en alcool et en sucre »¹⁴. Les interdictions en matière de publicité devraient s'appliquer aux médias sociaux.

Le Barreau du Québec souligne que le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*¹⁵ encadre la publicité sur les boissons alcooliques et interdit la publicité destinée aux jeunes de la façon suivante :

« 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.

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. »

Dans ce contexte, on s'interroge sur l'effet réel de ces dispositions qui semblent à première vue adéquates et suffisamment contraignantes et de la suffisance des ressources mises en place pour les appliquer.

En terminant, le Barreau du Québec offre son entière collaboration aux organismes concernés afin de faire progresser les travaux menant à la révision des normes applicables à ce type de boisson.

¹³ *Id.*, p. 12.

¹⁴ *Id.*, p. 18.

¹⁵ RLRQ, c. P-9.1, r. 6.