

## Pourquoi votre localité doit-elle soutenir l'interdiction de la publicité au point de vente?

Le 7 mai 1993, le Nouveau-Brunswick adoptait la Loi sur les ventes de tabac



- L'article 6 de cette loi interdit la publicité des produits de tabac dans les magasins au détail au moyen d'un présentoir sur comptoir.
- Malheureusement, la loi ne comprend pas l'interdiction des présentoirs de cigarettes derrière le comptoir – appelé étalage mural à grande visibilité.
- Mais la loi prévoit une certaine souplesse : *«Chaque personne qui vend ou offre à la vente du tabac doit exposer des affiches de la manière, à l'endroit, d'une forme et d'une taille que prescrivent les règlements».*
- Si aucun règlement n'est proposé, il existera en principe une interdiction totale de publicité au point de vente.
- Ceci n'est cependant pas probable, étant donné que l'industrie du tabac fera tout en son pouvoir pour assurer la proposition d'un règlement pour assurer que les étalages muraux à grande visibilité – son dernier véhicule publicitaire – persistent dans les magasins au détail.
- Ceci signifie que le soutien local pour l'interdiction de la publicité au point de vente est plus important aujourd'hui que jamais auparavant.
- Étant donné que d'autres voies de marketing ont été barrées (notamment le parrainage publicitaire), les compagnies de tabac ont intensifié l'importance accordée à la publicité au point de vente. Les présentoirs dans les magasins au détail sont maintenant beaucoup plus grands et plus nombreux qu'auparavant.
- Les enfants ne doivent pas grandir dans un milieu où ils voient ces promotions chaque fois qu'ils vont au magasin du coin, y compris les magasins à proximité de leurs écoles.

La publicité et les parrainages de l'industrie du tabac sont interdits au Canada depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2003. Néanmoins, en 2003, cette industrie a consacré plus de 88 millions de dollars à des étalages muraux à grande visibilité et à d'autres promotions aux lieux de vente.

### L'industrie du tabac paie les détaillants pour qu'ils exposent leurs produits de tabac.

- Les compagnies de tabac installent souvent des étalages muraux de paquets de cigarettes à grande visibilité. Le nombre de paquets exposés est bien supérieur à la quantité nécessaire pour répondre aux besoins des consommateurs.
- Les compagnies de tabac paient partiellement les étalages qui font paraître les cigarettes plus populaires qu'elles ne le sont vraiment.
- La totalité de la population, y compris les enfants et les ex-fumeurs, voient ces étalages. Il est impossible que ces étalages soient conformes à la revendication de l'industrie, selon laquelle ses promotions ne ciblent que les fumeurs adultes.

Ces présentoirs encombrant les magasins et les transforment en instruments de l'industrie du tabac. L'industrie s'enrichit et les gens 's'accrochent'.

### Que pouvez-vous faire ?

La première étape est d'utiliser les rapports «**Ni Vu - Ni Connu**» dans votre magasin local, en vue de :

- Faire comprendre au public la quantité de publicité et de promotion du tabac, influençant les jeunes, les fumeurs et les ex-fumeurs.
- Publier les résultats de votre enquête dans votre localité afin de sensibiliser le public au problème dans votre région.
- Mobiliser les membres de votre localité à passer à l'action contre la publicité et la promotion du tabac à l'échelle locale.

### La publicité du tabac au point de vente – à quoi vous attendre lorsque vous inspectez le magasin

La publicité au point de vente s'applique à tous les produits de tabac exposés dans les magasins au détail : simple présentoir de paquets de cigarettes sur comptoir, vastes présentoirs atteignant presque le plafond. En général, ces présentoirs sont situés immédiatement derrière la caisse à la sortie ou sur le comptoir.

### **VOUS POUVEZ EFFECTUER DES CHANGEMENTS**

*Servez-vous du rapport et de l'enquête de suivi pour montrer aux détaillants comment l'industrie du tabac les utilise pour promouvoir ses produits mortels auprès des enfants.*

*Encouragez-les à faire partie de l'évolution historique en supprimant volontairement ces présentoirs et en plaçant les produits de tabac '**NI VU**– conséquemment **NI CONNU**. Les cigarettes tuent ... et les détaillants doivent **CESSER DE PROMOUVOIR LES PRODUITS DE L'INDUSTRIE DU TABAC**.*

## RAPPORT

### Date & lieu de la collecte des données

Nom du magasin \_\_\_\_\_  
Adresse du magasin: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Ville \_\_\_\_\_ Prov \_\_\_\_\_ Code postal \_\_\_\_\_  
Observateur : \_\_\_\_\_

### Type de magasin (cocher un magasin)

- Chaîne de dépanneurs  Petite épicerie  
 Dépanneur indépendant  Supermarché  
 Chaîne de stations service  Autres (préciser) \_\_\_\_\_  
 Station service indépendante \_\_\_\_\_

### Relevé du magasin (cocher dans l'affirmative)

#### Extérieur du magasin :

- De l'extérieur du magasin, une annonce qui promouvoit la disponibilité des cigarettes est-elle visible? .....   
Le prix des cigarettes est-il indiqué sur l'annonce?.....   
Y a-t-il des écoles au sein d'un rayon de 1 km du magasin?.....

#### Intérieur du magasin :

##### Placement des produits de tabac :

- Produits de tabac au niveau des yeux d'un enfant (3 pieds).....   
Produits de tabac dans les 30 cm (12 po) des étagères de bonbons et de jouets.....   
Produits de tabac dans les 30 cm (12 po) des caisses.....   
Paquets de cigarettes exposés le long du mur derrière le comptoir .....   
Cartons de cigarettes exposés.....

##### Étalages muraux de grande visibilité :

- Rayonnage de l'industrie du tabac pour exposer les cigarettes (par rapport au rayonnage existant dans le magasin).....   
Rayonnage illuminé de l'industrie du tabac.....   
Objets fonctionnels (par ex. annonce électronique).....   
Jalousies/panneaux/colonnes de la couleur d'une marque de tabac.....   
Panneau mural de l'industrie du tabac exposant des paquets de cigarettes collés pour former un design abstrait .....

#### Additionner toutes les coches pour obtenir le total

**A**      **B**      **C**      **D**      **F**  
(0-2)   (3-5)   (6-8)   (9-11)   (12-13)

Quel est la cote totale du magasin ? \_\_\_\_\_

## ENQUÊTE DE SUIVI

### Étalage mural à grande visibilité

Combien de marques sont exposées \_\_\_\_\_  
Quelles marques sont les plus visibles \_\_\_\_\_

Combien de paquets de cigarettes sont exposés par la marque dominante \_\_\_\_\_

Combien de paquets de cigarettes sont exposés en tout \_\_\_\_\_

Autres éléments distinctifs \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Aire d'entreposage et de rayonnage juste sous l'étagère mural

Des paquets de cigarettes sont-ils visibles \_\_\_\_\_

Des cartons de cigarettes sont-ils visibles \_\_\_\_\_

D'autres produits de tabac sont-ils visibles \_\_\_\_\_

Autres éléments distinctifs \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Veillez poster votre rapport dûment rempli à :

Société canadienne du cancer – Division du Nouveau-Brunswick  
133 Prince William St., Casier postal 2089  
Saint John, NB E2L 3T5

#### Questions – contacter:

Téléphone 506 634-6272  
Sans frais – 800 455-9090  
Site internet – www.cancer.ca



Société canadienne du cancer      Canadian Cancer Society