

# LA POLITIQUE EN MATIÈRE D'ALCOOL ET LE CANCER AU CANADA : MESURES



MAI 2021

## **TABLE DES MATIÈRES**

<b>3</b>	Introduction
<b>5</b>	Fixation des prix et taxation
<b>9</b>	Accessibilité physique
<b>15</b>	Marketing et publicité
<b>20</b>	Âge minimal légal pour consommer de l'alcool
<b>21</b>	Systèmes de contrôle de l'alcool
<b>24</b>	Stratégies sur l'alcool
<b>27</b>	Surveillance et rapports
<b>29</b>	Messages sur la santé et la sécurité
<b>33</b>	Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada
<b>41</b>	Annexe A : Méthodologie
<b>42</b>	Références

**Citation suggérée :** Partenariat canadien contre le cancer. (2021, mai). *La politique en matière d'alcool et le cancer au Canada : mesures*. Toronto, Ontario : Partenariat canadien contre le cancer.

**Remerciements :** Nous tenons particulièrement à remercier les chercheurs suivants du Health Ethics, Law and Policy Lab de l'Université Western pour leur contribution à ce rapport : J. Shelley, I. Duong, T. Cumpson et K. Tulsieram. Nous remercions également T. Stockwell, C. Paradis et E. Hobin d'avoir examiné ce rapport et fourni leur rétroaction.

ISBN: 978-1-988000-58-9

La production de la présente ressource a été rendue possible grâce à une contribution financière de Santé Canada. Les opinions qui y sont exprimées ne sont pas nécessairement celles de Santé Canada.

# Introduction



La réduction de la consommation d'alcool nécessite une approche multisectorielle prévoyant la mise en œuvre de politiques fondées sur des données probantes dans plusieurs domaines. Une réponse globale et coordonnée aux tendances et aux méfaits de la consommation d'alcool pourrait jouer un rôle déterminant dans la réduction du risque et de l'incidence des cancers liés à l'alcool au Canada.

La présente ressource donne un aperçu du paysage canadien de la politique en matière d'alcool en se concentrant sur des domaines ou des mesures fondés sur des données probantes qui ont été recensés dans le [rapport de 2019 de l'Évaluation des politiques canadiennes sur l'alcool \(ÉPCA\)](#). Le rapport de l'ÉPCA énonce 11 domaines de politiques (tableau 1) qui ont un effet sur la consommation d'alcool, dont huit ont été déterminés par le Partenariat canadien contre le cancer (le Partenariat) comme ayant une influence directe sur la consommation d'alcool et jouant donc un rôle prépondérant dans la prévention du cancer. Ces huit domaines sont traités en détail dans le présent document. Les trois autres domaines, bien qu'ils soient fondamentaux dans des contextes particuliers, ont été déterminés par le Partenariat comme jouant un rôle indirect sur la consommation d'alcool et le risque de cancer, et ne sont pas abordés dans le présent document. Chaque domaine est traité en soulignant les politiques fédérales, provinciales, territoriales et municipales pertinentes. Des renseignements généraux, des pratiques judicieuses, des tendances émergentes et des considérations futures sont également explorés.



La présente ressource est complétée par le document *La politique en matière d'alcool et le cancer au Canada : contexte et statistiques clés*, qui donne un aperçu des liens entre l'alcool et le cancer, des taux de consommation au Canada, des perceptions du public, des Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada et de l'influence de la COVID-19 sur les politiques en matière d'alcool.

**TABLEAU 1 : DOMAINES DE POLITIQUES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE L'ÉPCA**

Effet direct sur la consommation d'alcool et le risque de cancer	
1.	Fixation des prix et taxation
2.	Accessibilité physique
3.	Marketing et publicité
4.	Âge minimal légal pour consommer de l'alcool
5.	Système de contrôle de l'alcool
6.	Stratégie nationale sur l'alcool
7.	Surveillance et rapports
8.	Messages sur la santé et la sécurité
Effet indirect sur la consommation d'alcool et le risque de cancer	
9.	Mesures contre la conduite avec facultés affaiblies
10.	Application des lois sur les boissons alcoolisées
11.	Intervention brève

Ce rapport a été élaboré à partir de deux examens systématiques de la documentation sur la recherche canadienne en matière d'épidémiologie et de politiques. Ces examens de la documentation ont été limités géographiquement (données canadiennes uniquement) et temporellement (de janvier 2016 à novembre 2020). Des analyses des politiques ont été menées aux niveaux fédéral, provincial/territorial et municipal. Trente et une municipalités ont fait l'objet d'un examen. Ces municipalités étaient mentionnées dans le Répertoire des politiques de prévention (RPP) du Partenariat et comprennent les plus grandes villes du Canada ainsi que d'autres municipalités pour assurer un échantillon équitable à l'échelle du pays. Les politiques ont été extraites du RPP, de CanLII et de bases de données gouvernementales. Tous les sites Web et politiques référencés sont à jour au 31 janvier 2021. Une méthodologie détaillée se trouve à l'annexe A.



Les **mesures politiques** ont une influence directe sur la consommation d'alcool et jouent un **rôle prépondérant dans la prévention du cancer.**



# Fixation des prix et taxation

## Contexte

Des études ont révélé que la fixation des prix et la taxation de l'alcool sont les enjeux les plus importants pour lutter contre la consommation d'alcool et les abus et méfaits qui y sont liés, y compris le cancer<sup>1</sup>. Des recherches laissent croire qu'une augmentation de 10 % des prix minimaux entraînerait une réduction de 10 % de la consommation de bière, de 5,9 % de la consommation de spiritueux et de 4,6 % de la consommation de vin<sup>2,3,4</sup>.

L'adoption de politiques en matière de prix peut apporter des avantages fiscaux grâce à l'augmentation des recettes publiques provenant de la vente d'alcool (p. ex. par une augmentation de la taxe de vente et de la taxe d'accise)<sup>5,6</sup>. Malgré la complexité de l'environnement politique sur le plan de la fiscalité, cette approche offre une « possibilité de mettre en œuvre de nouveaux systèmes plus efficaces dans le cadre desquels les prix et les taxes sont utilisés de manière ciblée et judicieuse »<sup>7</sup>. Il importe de noter que, si les populations au statut socioéconomique supérieur consomment davantage d'alcool que celles au statut socioéconomique inférieur, elles ont moins tendance à être influencées par les politiques en matière de prix et de taxation<sup>8</sup>.

L'augmentation du prix de l'alcool est un moyen efficace d'en réduire les méfaits, mais le public ne soutient généralement pas de telles politiques. Les recherches montrent que plus une personne consomme de l'alcool, plus elle désapprouve les politiques en matière de prix et de taxation<sup>9</sup>. Au Canada, les provinces où la proportion de buveurs excessifs est plus élevée (mesurée selon les congés d'hôpitaux liés à la consommation d'alcool) affichent des taux de soutien plus faibles en ce qui concerne l'augmentation des prix et des taux de taxation de l'alcool<sup>10</sup>. Certaines recherches évoquent cependant une association entre la connaissance de la relation causale entre la consommation d'alcool et le cancer et le soutien du public à l'égard des politiques sur les prix de l'alcool<sup>11</sup>.

Le Canada est l'un des seuls pays à avoir adopté et évalué une forme quelconque d'établissement de prix minimaux pour l'alcool<sup>12,13,14,15</sup>. À l'heure actuelle, le prix de l'alcool repose principalement sur le litre de boisson (prix volumétrique) plutôt que sur la teneur en alcool<sup>16</sup>. Cette approche commence toutefois à changer, le gouvernement fédéral ayant commencé à indexer les taux de taxation en fonction de la teneur en alcool<sup>17</sup>. En augmentant le prix des produits à forte teneur en alcool et en réduisant celui des produits à faible teneur en alcool, il est possible de réduire la consommation globale de la population en encourageant la production et l'achat de produits à faible teneur en alcool<sup>18</sup>.



## Politiques fédérales

Après une absence d'indexation depuis 1990, le gouvernement fédéral a réintroduit une légère augmentation et une indexation annuelles des taxes d'accise en 2018<sup>19</sup> (tableau 2). Le gouvernement fédéral régleme les exonérations de droits pour l'alcool importé d'autres pays. En 2017, il a assoupli la réglementation relative à l'importation d'alcool dans les provinces et territoires<sup>20</sup>.

TABLEAU 2 : TAUX FÉDÉRAUX DE TAXATION DES BOISSONS ALCOOLISÉES<sup>21</sup>

Type de boisson alcoolisée	À compter du 1 <sup>er</sup> avril 2020	Du 1 <sup>er</sup> avril 2019 au 31 mars 2020	Du 1 <sup>er</sup> avril 2018 au 31 mars 2019
Spiritueux contenant au plus 7 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par litre de spiritueux)	0,32 \$	0,31 \$	0,31 \$
Spiritueux contenant plus de 7 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par litre d'alcool éthylique absolu)	12,61 \$	12,38 \$	12,11 \$
Vin contenant au plus 1,2 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par litre de vin)	0,02 \$	0,02 \$	0,02 \$
Vin contenant plus de 1,2 %, mais au plus 7 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par litre de vin)	0,32 \$	0,31 \$	0,31 \$
Vin contenant plus de 7 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par litre de vin)	0,67 \$	0,65 \$	0,64 \$
Bière contenant au plus 1,2 % d'alcool éthylique en volume (taux par hectolitre)	2,79 \$	2,74 \$	2,68 \$
Bière contenant plus de 1,2 %, mais au plus 2,5 % d'alcool éthylique absolu en volume (taux par hectolitre)	16,83 \$	16,52 \$	16,16 \$
Bière contenant plus de 2,5 % d'alcool éthylique en volume (taux par hectolitre)	33,66 \$	33,03 \$	32,32 \$

Remarque : Pour un compte rendu complet des taxes fédérales pertinentes, consultez la [Loi sur la taxe d'accise](#) et les [taux des droits d'accise](#) du gouvernement fédéral.



## Politiques provinciales et territoriales

### Prix minimal

Presque toutes les provinces, mais aucun des territoires, ont des politiques de prix minimaux pour l'alcool dans les magasins et les établissements titulaires d'un permis<sup>22</sup>. L'Ontario, le Manitoba et le Québec (bière seulement) ont mis en œuvre un processus de révision pour l'établissement annuel des prix minimaux et leur indexation en fonction de l'inflation.

Terre-Neuve-et-Labrador, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard, l'Ontario, le Manitoba, la Saskatchewan et la Colombie-Britannique ont

des prix minimaux par boisson standard, et les prix minimaux varient selon le type d'alcool servi dans de nombreux cas. Le Nouveau-Brunswick fixe un prix minimal par once d'alcool servi qui varie selon le type d'alcool. L'Alberta fixe un prix minimal par canette, par bouteille et par once de bière uniquement. Toutes les provinces, à l'exception de l'Alberta, ont des prix minimaux dans les magasins. Seul le Québec a des prix minimaux pour la vente de bière dans les épiceries.

## Prix volumétrique

À Terre-Neuve-et-Labrador, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Ontario, au Manitoba et en Saskatchewan, le prix de l'alcool dans les établissements titulaires d'un permis varie en fonction du volume d'alcool servi et de la taille des boissons standards. Le Nouveau-Brunswick fixe le prix de la bière, du vin et des spiritueux à

l'once. L'Alberta fixe le prix de la bière à l'once, ce qui entraîne une augmentation du prix de la boisson selon la quantité servie. L'Ontario a une politique de prix volumétrique pour la vente d'alcool dans les magasins, et a mis en place des taxes supplémentaires sur la bière, le vin et les spiritueux fondées sur la quantité achetée.

## Taxe de vente

Toutes les provinces et tous les territoires ont mis en place des taxes de vente sur l'alcool. Le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard, le Québec, l'Ontario, la Saskatchewan, la Colombie-Britannique et le Yukon ont mis en place des taxes supplémentaires concernant l'achat d'alcool. Le Québec taxe l'alcool par millilitre de boisson achetée et a adopté des taux de taxation

distincts pour la bière et les autres types d'alcool. Le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard, la Saskatchewan, la Colombie-Britannique et le Yukon imposent une taxe sur le prix d'achat total. L'Ontario taxe l'alcool en fonction du volume et du prix d'achat total et impose des taux de taxation distincts pour le vin et la bière (tableau 3).

**TABLEAU 3 : TAUX PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX DE TAXATION DE L'ALCOOL<sup>o,23</sup>**

Province/ territoire	Taux de taxation (% du prix d'achat)	Taux de taxation volumétrique (¢/litre acheté)	Taxe fixe (¢)
<u>N.-B.</u>	5 %	S.O.	S.O.
<u>Î.-P.-É.</u>	25 %	S.O.	S.O.
<u>Qc*</u>	S.O.	Bière : 36 ¢/L Autres boissons alcoolisées : 72 ¢/L	S.O.
<u>Ont.</u> ( <u>bière et vin,</u> <u>spiritueux</u> )	6,1 % (vin ontarien acheté dans un magasin de détail) 20,1 % (vin non ontarien acheté dans un magasin de détail) 11,1 % (vin ontarien acheté dans une boutique) 26,6 % (vin non ontarien acheté dans une boutique) 61,5 % (spiritueux)	72,45 ¢/L (bière pression) et 89,74 ¢/L (bière non pression) pour les bières fabriquées par les fabricants de bière de l'Ontario 35,96 ¢/L (bière pression) et 39,75 ¢/L (bière non pression) pour les bières fabriquées par un microbrasseur 33,41 ¢/L (bistrot-brasseries) 29 ¢/L (vin panaché) 38 ¢/L (spiritueux)	8,93 ¢ (taxe environnementale sur les contenants non remplissables)
<u>Sask.</u>	10 %	S.O.	S.O.
<u>C.-B.</u>	10 %	S.O.	S.O.
<u>Yn</u>	12 %	S.O.	S.O.

<sup>o</sup> Le tableau comprend les provinces et les territoires pour lesquels des données étaient disponibles.

\* Les taux de taxation ne s'appliquent pas aux boissons alcoolisées transportées à l'extérieur du Québec. Pour un compte rendu complet des taxes fédérales pertinentes, consultez la Loi sur la taxe d'accise.



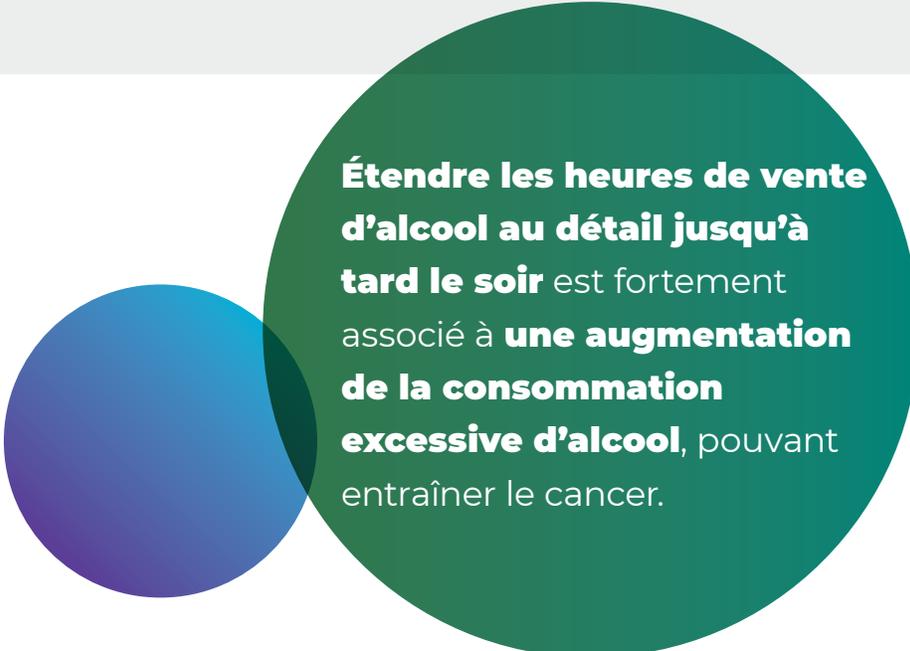
### Politiques municipales

Les administrations municipales n'ont pas de compétence inhérente en matière de taxation, mais elles sont autorisées par les gouvernements provinciaux à prélever certains types de taxes. Aucune des 31 municipalités examinées n'a de politique en matière de taxation de l'alcool; toutefois,

deux d'entre elles ont adopté des politiques en matière de prix, soit Vancouver et Victoria. Les deux politiques interdisent la vente d'alcool à moins de trois dollars par consommation standard dans les établissements titulaires d'un permis.

### Recommandations pour l'avenir

1. Mettre en œuvre des politiques de prix unitaires minimaux indexés qui reposent sur le contenu et la teneur en alcool. Appliquer les prix unitaires minimaux indexés aux points de vente d'alcool à consommer sur place et aux points de vente d'alcool pour consommation hors site<sup>24</sup>.
2. Indexer les prix de l'alcool annuellement en fonction de l'inflation<sup>25</sup>.
3. Taxer l'alcool à un taux plus élevé que les autres biens de consommation et concevoir des politiques exemptes de « failles » et ne pouvant donner lieu à des contournements réglementaires qui permettent la vente d'alcool à des prix plus bas<sup>26,27</sup>.



**Étendre les heures de vente d'alcool au détail jusqu'à tard le soir** est fortement associé à **une augmentation de la consommation excessive d'alcool**, pouvant entraîner le cancer.



# Accessibilité physique

## Contexte

Les taux de consommation d'alcool sont directement liés à son accessibilité<sup>28</sup>. Par exemple, le prolongement des heures de vente au détail tard le soir est fortement associé à une augmentation de la consommation excessive d'alcool<sup>29</sup>. De même, il a été établi que les jours de vente supplémentaires augmentent la consommation globale<sup>30</sup>, un jour de vente supplémentaire étant associé à une augmentation de 3,4 % de la consommation totale par habitant<sup>31</sup>.

Des politiques qui interdisent de prolonger les heures de vente d'alcool de deux heures ou plus pourraient freiner la consommation<sup>32</sup>. En outre, on observe que la fermeture des magasins à une heure hâtive réduit la consommation excessive d'alcool et les méfaits de l'alcool<sup>33</sup>.

La densité et le type de points de vente d'alcool peuvent exercer une incidence sur la perception de la consommation et les habitudes de consommation d'alcool. Par ailleurs, l'accessibilité perçue de l'alcool (dans un environnement physique ou social) peut amener les adolescents à croire que la consommation d'alcool chez les personnes mineures est typique et encouragée<sup>34</sup>. Par exemple, une corrélation a été établie entre la densité des points de vente d'alcool à consommer sur place et une perception accrue de son accessibilité par des populations d'adolescents<sup>35</sup>. La densité des points de vente est particulièrement associée à des habitudes de consommation à haut risque chez les jeunes consommateurs d'alcool<sup>36</sup>.

Des données semblent indiquer que la restriction de l'accessibilité physique des points de vente d'alcool pour consommation hors site représente un moyen efficace de diminuer la consommation par habitant<sup>37</sup>. Des recherches montrent que les taux de cancer attribuables à l'alcool diminuent lorsque des restrictions sont imposées par rapport à la vente d'alcool<sup>38</sup>.

### Densité élevée des points de vente<sup>39</sup>

En 2019, on pouvait se procurer de l'alcool dans 90 magasins de la LCBO, 66 magasins de bière, 45 magasins et kiosques de vin et 44 épicerie dans la ville de Toronto, en Ontario. Il était également possible d'acheter de l'alcool au moyen d'autres formats de vente au détail, notamment les boutiques hors taxes, les brasseries et distilleries sur place, les marchés de producteurs, les services commerciaux de livraison d'alcool et les ventes directes des établissements vinicoles.



## Politiques fédérales

Bien que le gouvernement fédéral ait une autorité minimale en ce qui concerne l'accessibilité physique de l'alcool, il réglemente la consommation d'alcool dans les avions<sup>40</sup>, sur les chemins de fer<sup>41</sup> et dans les parcs nationaux<sup>42</sup>. En juin 2019, le gouvernement fédéral a modifié la *Loi sur l'importation des boissons enivrantes* pour supprimer toutes les restrictions fédérales concernant le transport interprovincial de boissons alcoolisées.

### Alcool pour emporter pendant la pandémie



## Politiques provinciales et territoriales

### Densité des points de vente

En Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard et en Colombie-Britannique, la loi prévoit des exigences en matière d'emplacement, mais elles ne s'appliquent qu'à certains types de points de vente d'alcool :

- L'Île-du-Prince-Édouard exige que les nouveaux emplacements de magasins de franchise aient un bassin de population assez grand et qu'il n'y ait pas déjà un magasin. La province interdit également l'exploitation des magasins de franchise dans les motels, les hôtels, les établissements titulaires d'un permis ou les restaurants, ou dans les endroits où les mineurs se rassemblent.
- La Colombie-Britannique permet au titulaire d'un permis de vente et de service d'alcool d'ajouter une section de vente pour emporter qui permet aux clients d'acheter de l'alcool embouteillé, si l'établissement est situé à au moins 30 km d'un magasin d'alcool, d'un magasin de vente au détail titulaire d'un permis ou d'un bistrot-brasserie.
- La Nouvelle-Écosse exige que les installations de fermentation libre-service soient séparées des autres installations utilisées à d'autres fins.

### de COVID-19

Pendant la pandémie, plusieurs provinces et territoires du Canada, à savoir l'Alberta, la Colombie-Britannique, le Manitoba, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Québec, la Saskatchewan, le Nouveau-Brunswick et les Territoires du Nord-Ouest, ont autorisé la vente d'alcool en livraison et pour emporter dans les restaurants et les bars<sup>43,44,45,46</sup>.

Certaines provinces, comme l'Ontario et la Colombie-Britannique, n'autorisent la livraison d'alcool qu'avec l'achat de nourriture<sup>47,48</sup> alors que d'autres, comme l'Alberta, permettent la livraison d'alcool seul<sup>49</sup>.

Dans certains cas, les provinces ont mis en place des mesures permanentes, permettant la vente d'alcool avec les commandes de nourriture pour emporter et en livraison au-delà de la pandémie. Par exemple, Terre-Neuve-et-Labrador a modifié ses règlements *Liquor Licensing Regulations* pour permettre les services de livraison d'alcool par des tiers<sup>50</sup>.

La plupart des provinces et des territoires demandent également l'opinion ou le soutien des citoyens pour l'établissement de nouveaux points de vente d'alcool, ce qui peut influencer la densité des points de vente. Au Nunavut et dans les Territoires du Nord-Ouest, les collectivités participent à un plébiscite pour choisir le système d'alcool qu'ils privilégient. Ainsi, de nombreuses collectivités dans les territoires n'ont pas de point de vente d'alcool, et ceux qui existent sont dispersés, ce qui limite l'accès à l'alcool.

L'ensemble des provinces et des territoires, sauf les Territoires du Nord-Ouest, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nunavut, autorisent les clients à apporter leur vin (et de la bière dans certains cas) dans un établissement titulaire d'un permis en vue de le consommer sur place ou de rapporter ce qui reste à la maison. La Saskatchewan, le Manitoba, la Colombie-Britannique, le Nunavut, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon autorisent également les « ventes pour emporter » dans certains

## Accessibilité physique

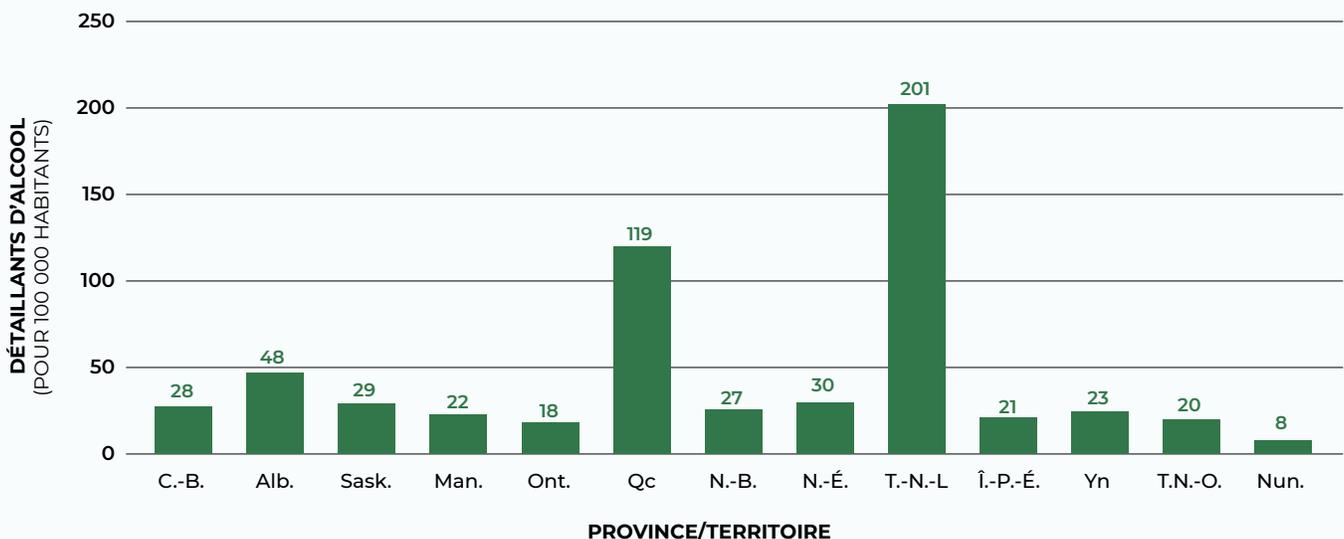
établissements titulaires d'un permis, où les clients peuvent acheter des bouteilles d'alcool non ouvertes pour emporter.

Le Nouveau-Brunswick, le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique autorisent la vente d'alcool dans les épiceries, avec différentes restrictions, et le Québec permet la vente d'alcool dans les dépanneurs. Terre-Neuve-et-Labrador autorise la vente de bière seulement dans les dépanneurs. La Nouvelle-Écosse, le Québec, l'Ontario et l'Alberta autorisent la vente d'alcool en ligne (sauf la bière en ce qui concerne le Québec) et offrent des options de livraison à domicile et de ramassage en magasin, et le Nouveau-Brunswick envisage un assouplissement pour les livraisons<sup>51</sup>. Terre-Neuve-et-Labrador autorise l'achat de vins haut de gamme en ligne avec des options de ramassage en magasin.

La densité des points de vente varie selon les régions du pays (figure 1). En 2018, le Canada comptait 2 895 magasins d'alcool<sup>52</sup>. Terre-Neuve-et-Labrador et le Québec affichent la plus forte densité de points de vente d'alcool, à savoir 201 et 119 points de vente pour 100 000 habitants, respectivement. Le Nunavut a le taux le plus bas, à 8 points de vente pour 100 000 habitants.

La densité est telle que 90 % des Canadiens vivent à moins de 10 km d'un magasin d'alcool et 82 %, à moins de 5 km. En 2018, 64 % des Albertains vivaient à moins d'un kilomètre d'un magasin d'alcool. Il s'agit d'un pourcentage beaucoup plus élevé que dans les autres provinces et territoires, où moins de 30 % des habitants vivent à moins d'un kilomètre d'un magasin d'alcool. En 2018-2019, les Albertains arrivaient au troisième rang sur le plan de la consommation par habitant<sup>53</sup>, à 8,6 L de ventes par habitant. On considère que ce résultat est en partie attribuable au marché de détail privé de l'Alberta<sup>54</sup>.

**FIGURE 1 : DENSITÉ DE DÉTAILLANTS D'ALCOOL POUR 100 000 HABITANTS (VENTES POUR EMPORTER EXCLUES), SELON LA PROVINCE OU LE TERRITOIRE, 2016<sup>55</sup>**



**Remarque :** Densité calculée en fonction du nombre de détaillants d'alcool (y compris les magasins d'alcool, les magasins de franchise et les détaillants privés) en 2016 et selon les estimations de la population de 15 ans et plus en 2015. Les ventes pour emporter ne sont pas prises en compte dans le calcul de la densité de détaillants d'alcool.

### Structure de restriction des boissons alcoolisées divisée en quatre régimes, au Nunavut<sup>56</sup>

La *Loi sur les boissons alcoolisées* du Nunavut\* prévoit une structure de restriction des boissons alcoolisées qui comprend quatre régimes. Chaque collectivité choisit son propre régime par plébiscite. Les quatre régimes sont les suivants : 1) un régime non restrictif, dans lequel la collectivité n'est soumise qu'aux lois de portée générale du territoire en matière de boissons alcoolisées; 2) un régime de quantité limitée, dans lequel des limites sont appliquées sur la quantité de boissons alcoolisées qu'une personne peut acheter, en plus des lois du territoire en matière de boissons alcoolisées; 3) un régime en vertu duquel un comité d'éducation à la consommation d'alcool élu dans la collectivité décide qui peut acheter de l'alcool et sous quelles conditions; et 4) un régime d'interdiction, dans le cadre duquel la consommation, l'achat, la vente, la possession et le transport de boissons alcoolisées au sein d'une collectivité sont interdits.

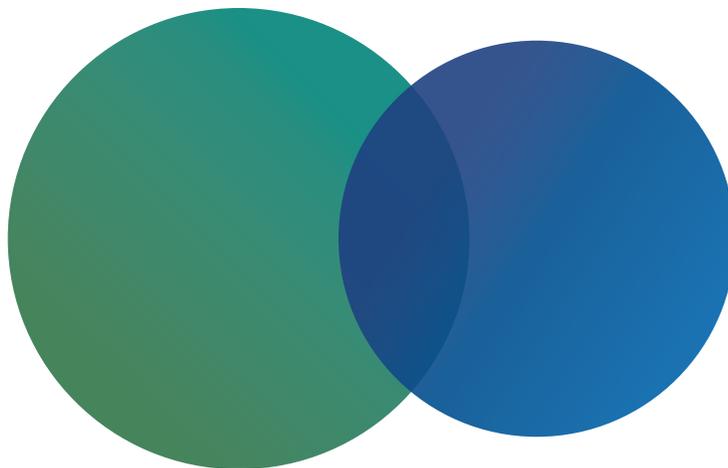
\* LRTN-O 1988, c.L-9

### Heures de vente

En ce qui concerne les points de vente d'alcool pour consommation hors site, les provinces ou territoires ayant le plus grand nombre d'heures d'ouverture maximales par jour sont la Saskatchewan, à 19 heures, et le Manitoba, à 18,5 heures. En ce qui concerne les points de vente d'alcool à consommer sur place, les provinces ou territoires ayant le plus grand nombre d'heures d'ouverture maximales par jour sont le Nouveau-Brunswick, à 20 heures, et la Colombie-Britannique ainsi que le Québec, à 19 heures (tableau 4). La plupart des provinces et des territoires autorisent des heures de service prolongées pour les occasions spéciales et les jours fériés<sup>57</sup>. Des permis d'heures prolongées sont disponibles dans les 13 provinces et territoires; ils permettent de modifier les heures de vente et de service des détaillants d'alcool<sup>58</sup>.

### Achats à la frontière

Les gouvernements des provinces et des territoires sont responsables de la réglementation du transport d'alcool au-delà des frontières. Les règles provinciales et territoriales varient et peuvent faire l'objet d'efforts de contestation dans un autre territoire de compétence pour limiter l'accessibilité. À l'heure actuelle, plusieurs provinces ont choisi d'éliminer les restrictions. Par exemple, l'Ontario et la Colombie-Britannique ont éliminé les limites d'exemption personnelle pour l'alcool.



**TABLEAU 4 :** HEURES D'OUVERTURE DÉFINIES DANS LA RÉGLEMENTATION, SELON LES TYPES DE POINTS DE VENTE D'ALCOOL (POUR CONSOMMATION HORS SITE OU POUR CONSOMMER SUR PLACE)\*59

Province/ territoire	Points de vente pour emporter		Points de vente pour consommer sur place	
	Heures d'ouverture réglementées <sup>1</sup>	Nbre d'heures d'ouverture maximales par jour	Heures d'opération réglementées <sup>2</sup>	Nbre d'heures d'ouverture maximales par jour
C.-B.	9 h 00 – 23 h 00	14	9 h 00 – 4 h 00 le lendemain	19
Alb.	10 h 00 – 2 h 00 le lendemain (hôtels et bars : 10 h 00 – 2 h 50 le lendemain)	16	10 h 00 – 2 h 00 le lendemain	16
Sask.	8 h 00 – 3 h 00 le lendemain	19	9 h 30 – 2 h 00 le lendemain	16,5
Man.	8 h 00 – 12 h 00 (vendeurs de bière au détail : 2 h 30 le lendemain)	16-18,5	9 h 00 – 2 h 00 le lendemain	17
Ont.	9 h 00 – 23 h 00	14	11 h 00 – 2 h 00 le lendemain	15
Qc	8 h 00 – 23 h 00	15	8 h 00 – 3 h 00 le lendemain	19
N.-B.	10 h 00 – 21 h 00	11	6 h 00 / 9 h 00 – 2 h 00 le lendemain	17-20
N.-É.	9 h 30 – 22 h 00 (magasins de franchise : 7 h 00 – 12 h 00)	12,5-17	10 h 00 / 11 h 00 – 2 h 00 / 3 h 30 le lendemain	16-16,5
Î.-P.-É.	9 h 00 – 22 h 00	13	11 h 00 – 2 h 00 le lendemain	15
T.-N.-L.	10 h 00 – 22 h 00 (Représentant du brasseur et ses points de vente : 9 h 00 – 2 h 00 le lendemain)	12-17	9 h 00 – 2 h 00 le lendemain (3 h 00 le lendemain jeudi au dimanche avec une licence prolongée)	17-18
Yn	9 h 00 – 2 h 00	17	9 h 00 – 2 h 00 le lendemain	17
T.N.-O.	Heures de fonctionnement actuelles : 11 h 00 – 22 h 00	11	10 h 00 – 2 h 00 le lendemain	16
Nt	Heures de fonctionnement actuelles : 12 h 00 – 19 h 00	7	10 h 00 – 2 h 00 le lendemain	16

\* Dans ce tableau, « points de vente pour emporter » fait référence aux points de vente d'alcool pour consommation hors site.



## Politiques municipales

Sur les 31 municipalités examinées, aucune ne limite les heures de vente au-delà des heures de vente établies par la province ou le territoire. En outre, de nombreux territoires de compétence ont des exemptions qui permettent de prolonger les heures de vente. Par exemple, Vancouver a prolongé les heures de vente au moyen de plusieurs règlements :

*License Bylaw*, *Business Premises Regulation of Hours Bylaw* et *Winter Games Bylaw*. De même, Toronto a prolongé les heures de vente lors d'événements sportifs, comme la Coupe du monde de football 2010 de la FIFA et les Jeux olympiques de 2018.

Voici quelques exemples de municipalités qui ont recours à des règlements de zonage ou d'aménagement du territoire pour limiter la densité des points de vente :

- Les lignes directrices sur l'emplacement de Surrey exigent que les magasins d'alcool privés ne soient pas situés à moins de 400 m des installations destinées aux enfants (p. ex. écoles, parcs et terrains de jeu) ainsi que des bibliothèques publiques et des centres récréatifs. Elles exigent également que les magasins d'alcool privés ne se trouvent pas à moins de 1 km d'un autre magasin d'alcool privé.
- L'arrêté sur le zonage d'Edmonton exige une distance de séparation minimale de 500 m entre les points de vente d'alcool. De plus, le règlement municipal interdit les points de vente d'alcool à moins de 100 m de tout emplacement utilisé pour des activités communautaires ou récréatives (p. ex. terrains et aires de jeu pour enfants), d'un établissement d'enseignement public ou privé, ou des terrains publics.
- Le règlement municipal sur le zonage de Fredericton n'autorise pas les points de vente d'alcool à moins de 300 m d'un lieu de culte, d'une école ou d'un immeuble également utilisé à des fins résidentielles, avec quelques exceptions.
- Le règlement municipal sur l'utilisation des terres de Calgary n'autorise pas les magasins d'alcool à moins de 300 m de tout autre magasin d'alcool et à moins de 150 m d'une école.
- Les lignes directrices sur les magasins d'alcool de Vancouver indiquent qu'un magasin d'alcool ne peut pas être situé à moins de 150 m d'une église, d'un parc, d'une école primaire ou secondaire, d'un centre communautaire ou d'une maison de quartier.
- Vancouver et Victoria utilisent des règlements municipaux sur les permis d'exploitation des commerces qui exigent que les détaillants d'alcool mènent des consultations publiques sur les répercussions et que les demandes comportent une évaluation de la densité.

### Recommandations pour l'avenir<sup>60</sup>

1. Limiter la densité des points de vente (nombre absolu ou limite par habitant). Selon les données, la densité des points de vente d'alcool pour consommation hors site devrait être inférieure à 2 points de vente pour 10 000 habitants de 15 ans et plus et celle des points de vente d'alcool à consommer sur place, inférieure à 15 points de vente pour 10 000 habitants de 15 ans et plus.
2. Limiter et normaliser les heures d'ouverture. Selon les données, les points de vente d'alcool pour consommation hors site devraient être ouverts de 11 h à 20 h et les points de vente d'alcool à consommer sur place, de 11 h à 1 h le lendemain.
3. Concevoir des politiques exemptes de « failles » et ne pouvant donner lieu à des contournements réglementaires qui permettent de prolonger les heures pendant les jours fériés ou lors d'événements importants.
4. Interdire les dégustations et la distribution d'échantillons, autoriser le rebouchage des vins non terminés et limiter le nombre de boissons servies.



# Marketing et publicité

## Contexte

Le marketing et la publicité liés à l'alcool influencent les comportements de consommation d'alcool en normalisant la consommation, en encourageant une initiation précoce à la consommation et en augmentant la perception du public des avantages de la consommation tout en diminuant la perception des méfaits<sup>61</sup>. Les jeunes représentent une préoccupation importante, car cette population pourrait percevoir les publicités comme attrayantes même si les campagnes ont passé avec succès les vérifications de conformité<sup>62</sup>.

Alors qu'il existe trop peu de données canadiennes sur le marketing de l'alcool et ses répercussions, des études menées aux États-Unis ont montré que les jeunes sont fortement exposés au marketing de l'alcool<sup>63</sup>. Les jeunes ont plus tendance que les adultes à se souvenir du contenu promotionnel à la télévision (69,2 %, comparativement à 61,9 %), à la radio (24,8 %, comparativement à 16,7 %), sur les panneaux d'affichage (54,8 %, comparativement à 35,4 %) et sur Internet (29,7 %, comparativement à 16,8 %) <sup>64</sup>. L'émergence des sports électroniques et les commandites liées à l'alcool (p. ex. les événements sportifs commandités par des fabricants de boissons alcoolisées) engendrent également des préoccupations croissantes, car ces événements ont tendance à s'adresser à un jeune public<sup>65</sup>. Bien que de nombreux pays, dont le Canada, disposent d'une autorégulation du secteur de l'alcool qui fixe des restrictions en matière de marketing destiné aux jeunes, ces efforts sont loin d'avoir empêché l'exposition des jeunes<sup>66</sup>.

Le marketing ciblant les jeunes femmes peut encourager davantage la consommation d'alcool et exacerber les risques de cancer<sup>67</sup>. Les campagnes de marketing liées à l'alcool pour les organismes de bienfaisance luttant contre le cancer (p. ex. les campagnes de ruban rose contre le cancer du sein) posent un réel problème, car ces produits exposent les consommateurs à des substances cancérigènes<sup>68</sup>.



## Politiques fédérales

Le Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées établi par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) fournit des lignes directrices pour faire de la publicité sur l'alcool de manière sécuritaire. Le code interdit les contenus destinés aux mineurs et les messages qui incitent à l'abus d'alcool, à une consommation excessive ou à la consommation d'alcool à des fins d'acceptation sociale ou d'autres avantages liés au mode de vie, entre autres restrictions.



## Politiques provinciales et territoriales

Plusieurs provinces ont mis en œuvre des mesures politiques qui vont au-delà du code du CRTC (tableau 5). Par exemple :

- La Saskatchewan impose des restrictions en matière de zonage concernant l'affichage de publicités à proximité des écoles primaires ou secondaires et des lieux de culte.
- Le Nouveau-Brunswick impose des restrictions sur la fréquence des publicités à la radio et à la télévision (maximum de 25 publicités par semaine).
- L'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick et l'Ontario interdisent d'associer aux boissons alcoolisées des bienfaits pour la santé ou une valeur nutritive ou curative.
- L'Alberta impose des restrictions qui limitent à une boisson par personne la quantité d'un produit alcoolisé présenté dans un contexte social.

Quelques provinces et territoires imposent des restrictions sur les publicités annonçant des prix ou l'affichage de promotions. L'Ontario, la Saskatchewan et les Territoires du Nord-Ouest n'autorisent pas l'utilisation, dans les publicités, d'un langage qui suggère que les boissons sont vendues à bas prix, notamment les publicités sur les spéciaux de 5 à 7 (« happy hour »). Le Nouveau-Brunswick n'autorise pas la publicité de boissons gratuites dans les salles à manger. L'Île-du-Prince-Édouard n'autorise pas la publicité par panneau d'affichage ou enseigne lumineuse, mais la province accorde des exemptions à sa société des alcools et aux magasins de franchise. Le Nunavut n'autorise pas la publicité sur l'alcool dans les médias imprimés, à la radio et à la télévision, sur les panneaux d'affichage ou sur des enseignes lumineuses ou électriques, à moins d'avoir reçu l'approbation des organismes de réglementation de l'alcool.

L'adoption de mesures fondées sur des données probantes en matière de politiques sur l'application et l'élargissement de la réglementation des commandites liées à l'alcool est faible. Presque toutes les provinces et tous les territoires autorisent différentes formes de commandite par les fabricants d'alcool, y compris, mais sans s'y limiter, les événements sociaux et sportifs, les concours, les bourses d'études et les bourses de soutien. Toutefois, certaines restrictions sont en vigueur:

- Les Territoires du Nord-Ouest n'autorisent pas la commandite d'événements principalement fréquentés par des mineurs ou les commandites d'une valeur supérieure à 1 500 \$.
- La Colombie-Britannique n'autorise pas la commandite d'événements principalement fréquentés par des mineurs, sauf si le titulaire de permis reçoit une autorisation spéciale (p. ex. événements qui attirent un public composé principalement d'adultes).
- L'Alberta autorise la commandite d'événements dont le public est composé principalement d'adultes. En outre, les titulaires de permis peuvent commanditer des événements auxquels participent des mineurs si l'alcool n'est pas mentionné.

Le **marketing** ciblant les femmes **encourage la consommation d'alcool** et peut exacerber les risques de cancer.

### Campagne « Have a Game Plan »<sup>69</sup>

Le comté de Strathcona, en Alberta, a lancé la campagne de contre-publicité « Have a Game Plan » visant à réduire la surconsommation d'alcool chez les jeunes. Dans le cadre de la stratégie antidrogue du comté de Strathcona, 19 des 34 magasins d'alcool de la région ont installé des affiches « Have a Game Plan » qui présentent des renseignements sur une consommation d'alcool sécuritaire et responsable. Les affiches ont également été installées sur des autobus dans le cadre d'une stratégie publicitaire de six semaines. La campagne a permis d'éclairer les décisions relatives à la consommation d'alcool et a contribué à faire évoluer la conversation et la culture relatives à la consommation d'alcool vers la modération.

La campagne « Have a Game Plan » encourage les jeunes adultes à :

- Planifier et fixer des limites de consommation et de dépenses;
- Prévoir un transport sécuritaire;
- Porter attention au format standard des boissons et choisir des activités de consommation à moindre risque.

**TABLEAU 5 : RÈGLEMENTS EN MATIÈRE DE MARKETING LIÉ À L'ALCOOL PAR LES GOUVERNEMENTS FÉDÉRAL, PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX**

Territoire de compétence	Règlement
Fédéral	<i>Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées</i>
C.-B.	<i>Liquor Control and Licensing Regulation, BC Reg 241/2016, (Liquor Control and Licensing Act)</i>
Alb.	<i>Gaming, Liquor and Cannabis Act, RSA 2000, c G-1</i>
Sask.	<i>Loi de 1997 sur la réglementation des boissons alcoolisées et des jeux de hasard, LS 1997, c A-18.011</i>
Man.	<i>Loi sur la réglementation des alcools, des jeux et du cannabis, CPLM c L153</i>
Ont.	<i>Dispositions générales, RRO 1990, Règl 718 (Loi sur les permis d'alcool)</i>
Qc	<i>Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques, RLRQ c P-9.1, r 6 (Loi sur les permis d'alcool)</i>
N.-B.	<i>Loi sur la réglementation des alcools, LRN-B 1973, c L-10</i>
N.-É.	<i>Liquor Control Act, RSNS 1989, c 260</i>
Î.-P.-É.	<i>Liquor Control Act Regulations, PEI Reg EC704/75</i>
T.-N.-L.	<i>Liquor Control Act, RSNL 1990, c L-18</i>
Yn	<i>Liquor Regulations, YCO 1977/37</i>
T.N.-O.	<i>Loi sur les boissons alcoolisées, LRTN-O (Nu) 1988, c L-9</i>
Nt	<i>Règlement sur les boissons alcoolisées, RRTN-O (Nu) 1990 c L-34</i>



## Politiques municipales

De nombreuses administrations municipales ont eu recours à des règlements pour encadrer ou restreindre en particulier la publicité ou les promotions sur l'alcool. Par exemple :

- La politique de Saskatoon sur la publicité dans les transports en commun interdit les publicités sur l'alcool dans les transports en commun et la politique sur la publicité dans les installations récréatives les restreint dans les installations récréatives.
- Hamilton interdit la publicité de noms, de marques ou de fabricants de boissons alcoolisées lors des événements fréquentés par les jeunes.
- Halifax exige l'approbation de la publicité sur l'alcool dans les propriétés municipales (y compris les transports en commun) et l'inclusion de messages sur la consommation d'alcool et les options de transport sécuritaires, conformément aux Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada. De plus, la politique d'Halifax limite les publicités sur l'alcool, la promotion des produits et des marques ou la distribution d'articles promotionnels sur les propriétés municipales, sauf pour les titulaires d'un permis ou d'une licence d'alcool permanente.
- Ottawa n'autorise pas les pratiques de marketing qui encouragent la consommation accrue ou immodérée, comme les boissons surdimensionnées, les doubles doses de spiritueux, les concours de boisson, les tirages de boissons très alcoolisées et les rabais au volume. De plus, aucune publicité sur l'alcool n'est permise dans les propriétés municipales fréquentées par les jeunes, sauf sur approbation du directeur.
- Brampton interdit l'alcool lors des événements destinés principalement aux jeunes de moins de 19 ans, des événements sportifs pour les mineurs et des fêtes de rue et de quartier.
- Caledon interdit l'alcool lors des événements destinés aux jeunes, y compris les événements sportifs pour les mineurs.
- La politique sur les commandites dans les installations intérieures de Whitehorse interdit les publicités sur l'alcool dans les lieux fréquentés par les enfants. De plus, la politique sur l'achat et la vente interdit les commandites ou les publicités par des entreprises dont les principales activités concernent la vente ou la promotion de l'alcool.
- La politique sur les commandites de Halifax exige que les commandites d'alcool soient conformes à la politique municipale en matière d'alcool et contiennent de l'information sur la consommation responsable d'alcool.
- La politique municipale de Toronto en matière d'alcool exige que les événements commandités par les fabricants de boissons alcoolisées comprennent des messages de santé qui soulignent la consommation responsable d'alcool.

### Mesures de contrôle de la publicité sur l'alcool à Brampton<sup>70</sup>

La politique municipale en matière d'alcool de la ville de Brampton, en Ontario, vise à promouvoir des environnements de consommation d'alcool sécuritaires sur les propriétés municipales. Cette politique interdit la publicité sur les boissons alcoolisées dans les lieux fréquentés par des personnes de moins de 19 ans, et les organisateurs ne sont pas autorisés à faire de la publicité promouvant la consommation d'alcool comme activité principale de tout événement.

### Recommandations pour l'avenir

1. Restreindre le contenu au-delà de ce qui a été établi par le CRTC, notamment l'emplacement et les supports des publicités, la quantité de publicités, les publicités sur les prix et les commandites.
2. Améliorer le code du CRTC afin d'inclure tous les médias de publicité sur l'alcool (p. ex. publicités imprimées, à la télévision, à la radio, numériques et sur les médias sociaux)<sup>71</sup>.
3. Surveiller la conformité, assurer une présélection des campagnes et faire respecter la réglementation en matière de publicité par l'intermédiaire d'un organisme de réglementation indépendant<sup>72</sup>.
4. Les régies des alcools doivent promouvoir des messages de réduction des méfaits par l'intermédiaire des médias sociaux et des pratiques de marketing.
5. Augmenter la surveillance de l'Agence canadienne d'inspection des aliments par l'intermédiaire de la *Loi sur les aliments et drogues* et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* pour veiller à ce que les produits alcoolisés ne soient pas commercialisés de façon nuisible.
6. Rapporter publiquement les infractions en matière de marketing<sup>73</sup>.



Les **systèmes publics de distribution d'alcool diminuent** les **décès** liés à l'alcool, y compris ceux attribuables à des cancers.



# Âge minimal légal pour consommer de l'alcool

## Contexte

Les provinces où l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool est de 18 ans ont enregistré des augmentations plus importantes de la mortalité toutes causes confondues chez les jeunes hommes (14,2 %) que les provinces et territoires où l'âge minimal légal pour la consommation d'alcool est de 19 ans (7,2 %) <sup>74</sup>. L'augmentation de l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool à 21 ans pourrait permettre d'éviter environ 32 décès annuels, toutes causes confondues <sup>75</sup>.

En plus des politiques relatives à l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool, les recherches indiquent que l'attitude des parents à l'égard d'une consommation précoce exerce une incidence sur la décision des jeunes de consommer de l'alcool. Les parents qui adoptent une attitude restrictive à l'égard de la consommation d'alcool chez les mineurs peuvent réduire ce comportement, quels que soient le sexe, la culture, le taux de consommation et la qualité de la relation entre le parent et l'enfant <sup>76</sup>.

Des études menées aux États-Unis indiquent que l'augmentation de l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool est associée à un début de la consommation d'alcool à un âge plus élevé, à une diminution des taux globaux de consommation d'alcool chez les jeunes et à des taux plus faibles de consommation excessive d'alcool chez les jeunes. Ces facteurs contribuent à réduire le risque d'effets néfastes sur la santé liés à l'alcool à l'âge adulte <sup>77</sup>.



## Politiques provinciales et territoriales

Dans la plupart des provinces et des territoires, l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool est de 19 ans, à quelques exceptions près, où il est de 18 ans (Québec, Manitoba et Alberta). Cinq territoires de compétence ont des exceptions qui permettent la consommation d'alcool par des mineurs dans des contextes supplémentaires, y compris la consommation en compagnie d'un conjoint, d'un parent ou d'un tuteur dans certains lieux (Manitoba, Nouveau-Brunswick, Yukon et Nunavut), et lors d'événements spéciaux (Nouveau-Brunswick, Yukon et Nunavut) <sup>78</sup>. L'âge minimal pour consommer de l'alcool étant déterminé par les lois provinciales, les politiques fédérales ou municipales jouent un rôle mineur à cet égard.

## Recommandations pour l'avenir <sup>79</sup>

1. Fixer l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool à 21 ans.
2. Imposer une loi interdisant la vente d'alcool aux mineurs et l'achat d'alcool par des mineurs.



# Systèmes de contrôle de l'alcool

## Contexte

Il est important de maintenir les systèmes de contrôle de l'alcool, car la recherche a établi un lien entre les détaillants d'alcool régis par le gouvernement et une réduction des méfaits liés à l'alcool grâce à des interventions comprenant des prix minimaux, des mesures de contrôle de l'accessibilité et des limites en matière de marketing<sup>80</sup>.

Une enquête publique semble indiquer que ceux qui achètent de l'alcool dans les épiceries ont un taux de surconsommation plus élevé que ceux qui en achètent ailleurs (53 %, comparativement à 40 %)<sup>81</sup>.

Le soutien envers les systèmes de contrôle de l'alcool est le plus élevé chez les femmes et chez les buveurs dont la consommation n'est pas excessive, notamment en ce qui concerne les politiques visant à augmenter les taxes ou à réduire les heures de vente<sup>82</sup>. Les jeunes, les hommes et les buveurs excessifs sont moins favorables à un contrôle accru du gouvernement, notamment à une réduction de la densité des points de vente<sup>83</sup>.

La privatisation des ventes d'alcool entraîne une augmentation du nombre de magasins par habitant, des heures de vente prolongées et une baisse de l'attention portée aux protocoles de contestation et de refus<sup>84</sup>. L'érosion des systèmes publics de distribution d'alcool a été associée à une augmentation des taux de mortalité liés à l'alcool, y compris ceux attribuables à des cancers<sup>85</sup>. Il a été estimé que la privatisation des ventes d'alcool dans tous les territoires de compétence entraînerait une augmentation importante du fardeau des maladies imputables à l'alcool et une augmentation annuelle des coûts directs et indirects associés comprise entre 828 millions de dollars et 1,6 milliard de dollars<sup>86</sup>.



## Politiques fédérales

Au niveau fédéral, les gouvernements peuvent s'efforcer de réduire la consommation d'alcool et les méfaits de l'alcool au moyen de lois commerciales, en sachant que ces dernières doivent être jugées nécessaires et s'appliquer de la même manière à tous les produits<sup>87</sup>.

En outre, on pourrait se concentrer davantage sur les magasins hors taxes, car ces derniers demeurent privés même s'ils reçoivent leurs permis du gouvernement fédéral, ce qui réduit la surveillance<sup>88</sup>.



### Politiques provinciales et territoriales

Selon la *Loi sur l'importation des boissons enivrantes*, les gouvernements provinciaux et territoriaux ont l'autorité en matière d'importation d'alcool. Les provinces et territoires encadrent notamment les heures de vente, la densité des points de vente, les prix, l'accessibilité, le marketing et la privatisation. À l'exception de l'Alberta, province où la vente d'alcool est privatisée, l'ensemble des autres provinces et territoires exploitent un système de vente d'alcool mixte dans lequel des points de vente gouvernementaux vendent des boissons alcoolisées en même temps que d'autres points de vente privés, comme des magasins de franchise, des magasins spécialisés, des installations de fermentation libre-service, des brasseries et des établissements vinicoles (tableau 6).

**TABLEAU 6 : SYSTÈMES DE VENTE D'ALCOOL AU DÉTAIL, PAR PROVINCE ET TERRITOIRE<sup>92</sup>**

Province/ territoire	Vente d'alcool dans le cadre d'un système public, privé ou mixte	Boissons alcoolisées pour livraison/ ramassage dans les restaurants
C.-B.	Système mixte de vente d'alcool au détail : la bière, le vin et les spiritueux peuvent être vendus dans des magasins d'alcool provinciaux publics et privés. Les magasins d'alcool sont également autorisés dans certaines épiceries <sup>93</sup> .	Oui
Alb.	Système privé de vente d'alcool au détail.	Oui
Sask.	Système mixte de vente d'alcool au détail : la bière, le vin et les spiritueux sont vendus dans des magasins d'alcool appartenant à la province. Toutefois, il existe trois magasins privés et les franchises rurales sont autorisées par le gouvernement. La bière, le vin et les spiritueux sont également offerts dans des points de vente pour consommation hors site rattachés à des bars et à des restaurants.	Oui
Man.	Système mixte de vente d'alcool au détail : la province compte un ensemble de magasins de vin et de bière gérés par le gouvernement et de magasins privés. Les hôtels sont également autorisés à vendre de la bière en tant que titulaires d'un permis.	Oui
Ont.	Système mixte de vente d'alcool au détail avec une variété de magasins de vin et de bière, publics et privés. La bière, le cidre et le vin peuvent également être vendus dans certaines épiceries.	Oui

### Système privé de vente d'alcool de l'Alberta

Depuis 1993, l'Alberta fonctionne au moyen d'un système privé de vente d'alcool au détail. Il s'agit de la seule province où la vente d'alcool est entièrement privatisée. L'Alcohol Gaming and Liquor Commission (AGLC) de l'Alberta fait respecter les lois sur les boissons alcoolisées et réglemente l'importation, la fabrication, la vente, la possession, l'entreposage, la distribution et la consommation de boissons alcoolisées dans la province. L'AGLC est également chargée de percevoir les taxes et l'impôt sur l'alcool<sup>89</sup>.

L'année où la privatisation a été promulguée, la consommation d'alcool en Alberta a augmenté, contrastant avec la baisse des taux de consommation partout ailleurs au Canada<sup>90</sup>. En 2018-2019, le volume absolu des ventes totales d'alcool par habitant en Alberta était de 8,6 litres, soit un peu plus que la moyenne nationale de 8,0 litres<sup>91</sup>.

Province/ territoire	Vente d'alcool dans le cadre d'un système public, privé ou mixte	Boissons alcoolisées pour livraison/ ramassage dans les restaurants
Qc	Système mixte de vente d'alcool au détail : la bière et le vin sont vendus dans les épiceries, les dépanneurs et des points de vente gouvernementaux.	Oui
N.-B.	Système mixte de vente d'alcool au détail : une sélection limitée de vins peut être achetée dans les épiceries. Toutefois, la bière, le vin et les spiritueux sont principalement vendus dans les magasins d'alcool appartenant à la province.	Non
N.-É.	Système mixte de vente d'alcool au détail : la bière, le vin et les spiritueux sont vendus dans les magasins d'alcool appartenant à la province, et certaines boissons alcoolisées sont offertes dans des magasins privés.	Oui
T.-N.-L.	Système mixte de vente d'alcool au détail : l'alcool la bière et le vin sont vendus dans les magasins d'alcool appartenant à la province. La bière est vendue dans les dépanneurs.	Non
Î.-P.-É.	Système public de vente d'alcool au détail : l'alcool est vendu dans les points de vente d'alcool appartenant à la province, y compris des magasins de franchise <sup>94</sup> .	Non
Yn	Système public de vente d'alcool au détail : l'alcool est vendu par les détaillants du gouvernement territorial.	Non
T. N.-O.	Système public de vente d'alcool au détail : l'alcool est vendu par les détaillants du gouvernement territorial <sup>95</sup> .	Non
Nt	Système public de vente d'alcool au détail : l'alcool est vendu par les détaillants du gouvernement territorial <sup>96</sup> .	Non

### Recommandations pour l'avenir<sup>97</sup>

- Augmenter les restrictions en matière de marketing dans les magasins hors taxes privés.
- Contrôler les ventes d'alcool au-delà des points de vente d'alcool à consommer sur place et hors site.
- Éliminer les commandes en ligne, les services de livraison et les installations de fermentation libre-service.
- Éliminer les points de vente d'alcool privés.
- Consacrer des fonds à la prévention des méfaits ou à des messages sur la santé et la sécurité et les mettre de l'avant.
- Créer un ministère spécialisé pour superviser la vente au détail et le contrôle de l'alcool.



# Stratégies sur l'alcool

## Contexte

En 2007, une Stratégie nationale sur l'alcool (SNA) a été recommandée pour réduire les méfaits de l'alcool au Canada. L'approche comprenait quatre domaines stratégiques d'interventions ciblées à l'échelle de la population : la promotion, la prévention et l'éducation en matière de santé; les effets sur la santé et les traitements; l'accessibilité de l'alcool; et l'augmentation de la sécurité dans les collectivités<sup>98</sup>.

Quarante et une recommandations ont été incluses dans une SNA<sup>99</sup>. Jusqu'à présent, le gouvernement fédéral n'a pas approuvé de SNA. La recherche indique qu'une stratégie fédérale en matière d'alcool représente une étape essentielle pour réduire les méfaits de l'alcool<sup>100</sup>.

En 2017, un rapport mesurant les progrès réalisés dans la mise en œuvre des recommandations de la SNA a été publié<sup>101</sup>. Bien que des travaux supplémentaires soient nécessaires, des progrès notables ont été réalisés, notamment l'adoption des Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada, le consensus sur les formats de boissons standards et l'élaboration de lignes directrices pour le dépistage, l'intervention rapide et l'orientation.



## Stratégies fédérales

En 2019, le gouvernement fédéral a inclus l'alcool dans la mise à jour du Guide alimentaire canadien, qui indique que des risques pour la santé sont associés à la consommation d'alcool, notamment de nombreux types de cancers et d'autres problèmes de santé. Le guide recommande d'adhérer aux Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada, et les personnes qui ne consomment pas d'alcool ne devraient pas être encouragées à commencer.



## Stratégies provinciales et territoriales

En l'absence d'une stratégie nationale, plusieurs provinces et territoires ont établi des stratégies en matière d'alcool pour leur territoire de compétence (tableau 7) :

- La Nouvelle-Écosse et l'Alberta visent à réduire les méfaits de l'alcool en effectuant la promotion d'une culture de modération.
- Le Manitoba vise à favoriser une approche collective pour réduire les méfaits de l'alcool.

## Stratégies sur l'alcool

- Le Nunavut vise à réduire les méfaits de l'alcool en aidant les Nunavummiut à faire des choix sains et éclairés en matière d'alcool.

L'Île-du-Prince-Édouard dispose actuellement d'une stratégie relative à la santé mentale et à la toxicomanie qui vise à offrir des programmes de lutte contre l'abus de substances, y compris l'alcool.

La Saskatchewan a mis en œuvre une stratégie sur l'alcool dans le Nord. En outre, certains territoires de compétence s'affairent à créer des stratégies en matière d'alcool, notamment les Territoires du Nord-Ouest. De même, la Colombie-Britannique a publié un rapport mettant en évidence une approche de la politique en matière d'alcool axée sur la santé publique.

**TABLEAU 7 : RÉSUMÉ DES STRATÉGIES FÉDÉRALES, PROVINCIALES ET TERRITORIALES EN MATIÈRE D'ALCOOL**

Territoire de compétence	Nom de la stratégie	Année de début	Risque de cancer inclus
Fédéral	<u>Réduire les méfaits liés à l'alcool au Canada : vers une culture de modération</u>	2007	Oui
C.-B.	<u>Public Health Approach to Alcohol Policy: A Report of the Provincial Health Officer</u> (en anglais seulement)	2002	–
Alb	<u>Alberta Alcohol Strategy</u> (en anglais seulement)	2010	–
Sask	<u>Northern Alcohol Strategy</u> (en anglais seulement)	2019	–
Man.	<u>A Culture of Shared Responsibility: Manitoba's Strategy to Reduce Alcohol-Related Harms</u> (en anglais seulement)	2015	Oui
Ont.	–	–	–
Qc	–	–	–
N.-B.	–	–	–
N.-É.	<u>Changing the Culture of Alcohol Use in Nova Scotia</u> (en anglais seulement)	2007	Oui
Î.-P.-É.	<u>Mental Health and Addiction Strategy</u> (en anglais seulement)	2016	–
T.-N.-L.	–	–	–
Yn	–	–	–
T.N.-O.	–	–	–
Nt	<u>Agir pour réduire les méfaits liés à l'alcool au Nunavut</u>	2016	–



## Stratégies municipales

Une minorité de municipalités canadiennes ont mis en œuvre des stratégies en matière d'alcool. Les politiques municipales en matière d'alcool représentent une approche plus courante des gouvernements municipaux pour réglementer l'alcool sur les propriétés municipales; elles sont

reconnues comme faisant partie d'une approche à plusieurs facettes pour réduire les méfaits de l'alcool. Pour une discussion détaillée sur les politiques municipales en matière d'alcool, veuillez consulter le document *La politique en matière d'alcool et le cancer au Canada : contexte et statistiques clés*.

## Recommandations pour l'avenir<sup>102</sup>

1. Adopter une stratégie nationale en matière d'alcool fondée sur des données probantes et libre de toute influence du secteur de l'alcool.
2. Les gouvernements provinciaux et territoriaux approuvent une SNA et, en collaboration avec le gouvernement fédéral, octroient du financement pour faciliter sa mise en œuvre, son application, son suivi et son évaluation.

### Stratégie communautaire en matière d'alcool à Wolfville<sup>103</sup>

Wolfville, en Nouvelle-Écosse, s'affaire à élaborer une stratégie communautaire en matière d'alcool pour réduire les méfaits de l'alcool, en partenariat avec l'association des étudiants de l'Université Acadia, la GRC, la Régie de la santé de la Nouvelle-Écosse et des entreprises locales. Plus précisément, le projet vise à :

- Organiser des campagnes de sensibilisation sur la réduction des méfaits de l'alcool et la consommation d'alcool à haut risque;
- Mettre en œuvre des initiatives pour traiter et atténuer les conséquences de la surconsommation dans la communauté;
- Veiller à ce que les politiques municipales atteignent un équilibre entre l'atténuation des effets négatifs de la surconsommation et la promotion des boissons et des vins artisanaux; et
- Assurer la cohésion entre les principaux intervenants dans la lutte contre la consommation d'alcool à haut risque et les approches de réduction des méfaits.



Une **stratégie fédérale en matière d'alcool** est essentielle pour **réduire les méfaits de l'alcool**, notamment le cancer.



# Surveillance et rapports

## Contexte

La surveillance des politiques et la préparation de rapports sur les tendances peuvent orienter des plans d'action afin de réduire l'apparition de cancers liés à l'alcool. L'Institut canadien d'information sur la santé (ICIS) fournit des données annuelles sur le nombre d'hospitalisations liées à l'alcool par province et territoire. Ces données sont stratifiées par sous-populations, y compris les régions sanitaires et le sexe. La publication des taux de cancers attribuables à l'alcool peut sensibiliser les décideurs et le public au lien qui existe entre le cancer et l'alcool<sup>104</sup>.



## Systèmes de mesure fédéraux

Actuellement, il n'existe pas de source unique et complète de données sur la santé à l'échelle fédérale. Ce sont plutôt divers organismes de santé qui recueillent des données auprès des provinces et des territoires pour certaines mesures (p. ex. hospitalisations, taux de cancer et surdoses). Les sources de rapports courantes, qui comprennent des données sur une variété d'enjeux, notamment sur les méfaits et les ventes, sont présentées dans le tableau 8.

**TABEAU 8 : SOURCES DE RAPPORTS SUR L'ALCOOL**

Sources
Santé Canada : <u>Enquête canadienne sur le tabac, l'alcool et les drogues chez les élèves</u>
Santé Canada : <u>Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</u>
ICIS : <u>Hospitalisations entièrement attribuables à l'alcool</u>
ICIS : <u>Méfaits de l'alcool au Canada</u>
CCDUS : <u>Coûts et méfaits de l'usage de substances au Canada (CEMUSC)</u>
Statistique Canada : <u>Contrôle et vente des boissons alcoolisées, exercice se terminant le 31 mars 2019</u>
Beer Canada : <u>National Overview</u> (en anglais seulement)



### Systèmes de mesure provinciaux et territoriaux

La plupart des territoires de compétence ont mis en œuvre des programmes de surveillance et de production de rapports sur l'alcool. Par exemple : 11 des 13 provinces et territoires disposent de systèmes de production de rapports pour assurer le suivi d'indicateurs liés à l'alcool (p. ex. consommation par habitant, hospitalisations, décès et criminalité)<sup>105</sup>.

La Colombie-Britannique et l'Île-du-Prince-Édouard publient des données sur des indicateurs liés à l'alcool et la Colombie-Britannique et le Nunavut ont tous deux des ministères ou départements spécialement chargés d'effectuer le suivi des indicateurs liés à l'alcool<sup>106</sup>.

### Recommandations pour l'avenir<sup>107</sup>

1. Établir et centraliser des systèmes complets de surveillance et de préparation de rapports sur l'alcool à tous les niveaux provinciaux, territoriaux et fédéraux.
2. Suivre tous les indicateurs clés d'intérêt, y compris les différences démographiques et sociales, les méfaits, les hospitalisations liées à l'alcool, les répercussions sur les cancers liés à l'alcool, les taux de consommation par habitant, la criminalité et les décès.
3. Préparer des rapports publics sur tous les indicateurs, de manière opportune et normalisée.
4. Nommer un ministère responsable de la surveillance des indicateurs sur l'alcool.





# Messages sur la santé et la sécurité

## Contexte

Actuellement, il n'existe pas de loi sur l'étiquetage obligatoire des produits alcoolisés au Canada<sup>108,109</sup>. L'étiquetage des produits du tabac a joué un rôle important pour renseigner les consommateurs sur les risques liés au tabac, y compris les risques de cancer. De même, des étiquettes de mise en garde pourraient renseigner le public sur la consommation d'alcool et les risques qui y sont associés, y compris les cancers liés à l'alcool<sup>110</sup>.

L'étiquetage repose souvent sur plusieurs enjeux, notamment le droit des consommateurs de savoir et la responsabilité du gouvernement d'informer<sup>111</sup>. On accorde moins d'attention à l'obligation juridique des fabricants d'alcool de divulguer, au moyen d'étiquettes de mise en garde, les risques liés aux produits alcoolisés<sup>112</sup>.

L'étiquetage de l'alcool peut représenter un moyen efficace de communiquer les risques de cancers liés à l'alcool<sup>113</sup>. En plus de renseigner les consommateurs, les politiques d'étiquetage de l'alcool peuvent influencer l'acceptation de politiques moins populaires, comme les politiques de prix et de taxation<sup>114</sup>.

### Lois sur la responsabilité associée aux produits et mises en garde

Les fabricants canadiens ont l'obligation d'avertir les consommateurs des risques associés aux produits qu'ils vendent<sup>115</sup>. Récemment, dans l'affaire *Létourneau c. JTI-MacDonald*, la Cour d'appel du Québec a maintenu une décision qui avait conclu à la responsabilité de trois fabricants de tabac d'avoir omis d'avertir les consommateurs des risques associés à l'utilisation de leurs produits, y compris le risque de cancer\*. La décision dans l'affaire *Létourneau* a des répercussions importantes concernant le devoir de mise en garde et l'avancement des initiatives de santé publique, y compris les étiquettes de mise en garde sur les produits alcoolisés<sup>116</sup>.

MADD Canada a demandé l'apposition obligatoire, sur les produits alcoolisés, d'étiquettes de mise en garde incluant les formats de boissons standards et des renseignements sur les risques associés à l'alcool, y compris la surconsommation<sup>117</sup>.

\* 2019 QCCA 358.



### Politiques fédérales

L'étiquetage des aliments et des boissons, qui inclut l'alcool, est réglementé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) en vertu de la *Loi sur les aliments et drogues*. La loi ne traite pas de la nécessité d'installer ou d'apposer des affiches ou des étiquettes de mise en garde dans les points de vente ou sur les contenants d'alcool. Toutefois, certaines provinces, certains territoires et certaines municipalités ont établi leur propre réglementation pour les étiquettes de mise en garde<sup>18</sup>.

En 2000, le gouvernement fédéral a voté en faveur de l'apposition d'étiquettes de mise en garde destinées aux femmes enceintes sur les bouteilles d'alcool<sup>19</sup>. L'étiquette devait porter la mention « La consommation d'alcool pendant la grossesse peut provoquer des malformations congénitales ». Bien que la motion ait été adoptée, le changement n'est pas entré en vigueur.



### Politiques provinciales et territoriales

Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ont mis en œuvre en 1988 une directive exigeant que des étiquettes soient apposées sur les boissons alcoolisées pour émettre une mise en garde sur les risques liés aux troubles causés par l'alcoolisation fœtale lors de la consommation d'alcool pendant la grossesse. L'étiquette comporte des messages supplémentaires relatifs à l'alcool au volant et aux préoccupations générales en matière de santé. L'Ontario et la Colombie-Britannique exigent que les établissements titulaires d'un permis installent des affiches en leur sein pour mettre en garde les consommateurs au sujet de ces mêmes risques<sup>20</sup>.

La politique d'étiquetage des menus de l'Ontario impose aux restaurants d'inclure des renseignements standards sur la bière, le vin et les spiritueux sur leur menu. Près de la moitié des provinces et des territoires (Alberta, Manitoba, Ontario, Québec, Île-du-Prince-Édouard et Yukon) utilisent un éventail de plateformes médiatiques pour diffuser des messages de santé et de sécurité, notamment des affiches, des brochures, des sites Web et les médias sociaux. Fait à noter, aucune province ni aucun territoire n'a mis en œuvre des étiquettes de produits qui établissent un lien entre l'alcool et le cancer ou d'autres maladies chroniques<sup>21</sup>.



### Politiques Municipales

En 2017, Vancouver a modifié son règlement municipal sur les permis afin d'exiger que les établissements qui servent des boissons

alcoolisées affichent le volume et la teneur en alcool des boissons sur leur menu pour tous les types de boissons alcoolisées.

### Politique de la ville de Toronto en matière de messages sur la santé<sup>122</sup>

La politique municipale de Toronto (Ontario) en matière d'alcool exige que tous les événements comportent des affiches sur la santé et la sécurité. Les messages doivent comprendre des renseignements sur les programmes de réduction de la conduite avec facultés affaiblies RIDE (Reduce Impaired Driving Everywhere), la consommation d'alcool pendant la grossesse, l'âge minimal légal pour consommer de l'alcool et les Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada. Les événements commandités par le secteur doivent contenir des messages sur la consommation responsable d'alcool et ces événements ne peuvent être nommés de manière à faire comprendre que la consommation d'alcool est l'activité principale.

### Recommandations pour l'avenir<sup>123</sup>

1. Normaliser les étiquettes d'alcool pour y inclure des messages sur la santé et la sécurité, les liens avec le cancer, les formats de boissons standards, et des renseignements sur les Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada.
2. Protéger les territoires de compétence contre l'ingérence du secteur dans les messages sur la santé et la sécurité.
3. Rendre obligatoire la diffusion de messages sur la santé et la sécurité et l'installation d'affiches de mise en garde sur les méfaits de l'alcool dans les points de vente d'alcool à consommer sur place et hors site. Les messages doivent être de grande qualité, faire l'objet d'une rotation et être diffusés à grande échelle sur diverses plateformes (p. ex. presse écrite, panneaux d'affichage, télévision, radio et médias sociaux).

### Étude sur l'étiquetage de l'alcool<sup>124, 125</sup>

La Northern Territories Alcohol Labels Study est une étude récente qui a examiné l'incidence des étiquettes de mise en garde sur la sensibilisation aux risques sanitaires liés à l'alcool, y compris les risques de cancer, et le soutien envers une consommation d'alcool plus sécuritaire. Des données et des sondages sur les ventes ont été utilisés à Whitehorse, au Yukon (le lieu d'intervention), et à Yellowknife, dans les Territoires du Nord-Ouest (le lieu de comparaison), pour tirer des conclusions sur les répercussions des étiquettes de mise en garde.

Après l'introduction des étiquettes de mise en garde, les ventes par habitant de produits alcoolisés étiquetés ont diminué de 6,6 % à Whitehorse, alors que les ventes de produits non étiquetés ont augmenté de 6,9 %. En outre, la connaissance des Directives de consommation d'alcool à faible risque du Canada a doublé après l'intervention. L'étude a conclu que l'utilisation d'étiquettes de mise en garde sur l'alcool diminue les ventes d'alcool et que les acheteurs d'alcool sont plus susceptibles de se souvenir des directives nationales en matière de consommation d'alcool et des risques de cancer. Les résultats indiquent qu'il est possible d'améliorer les connaissances sur la consommation d'alcool et les cancers qui y sont liés grâce à des étiquettes bien conçues.

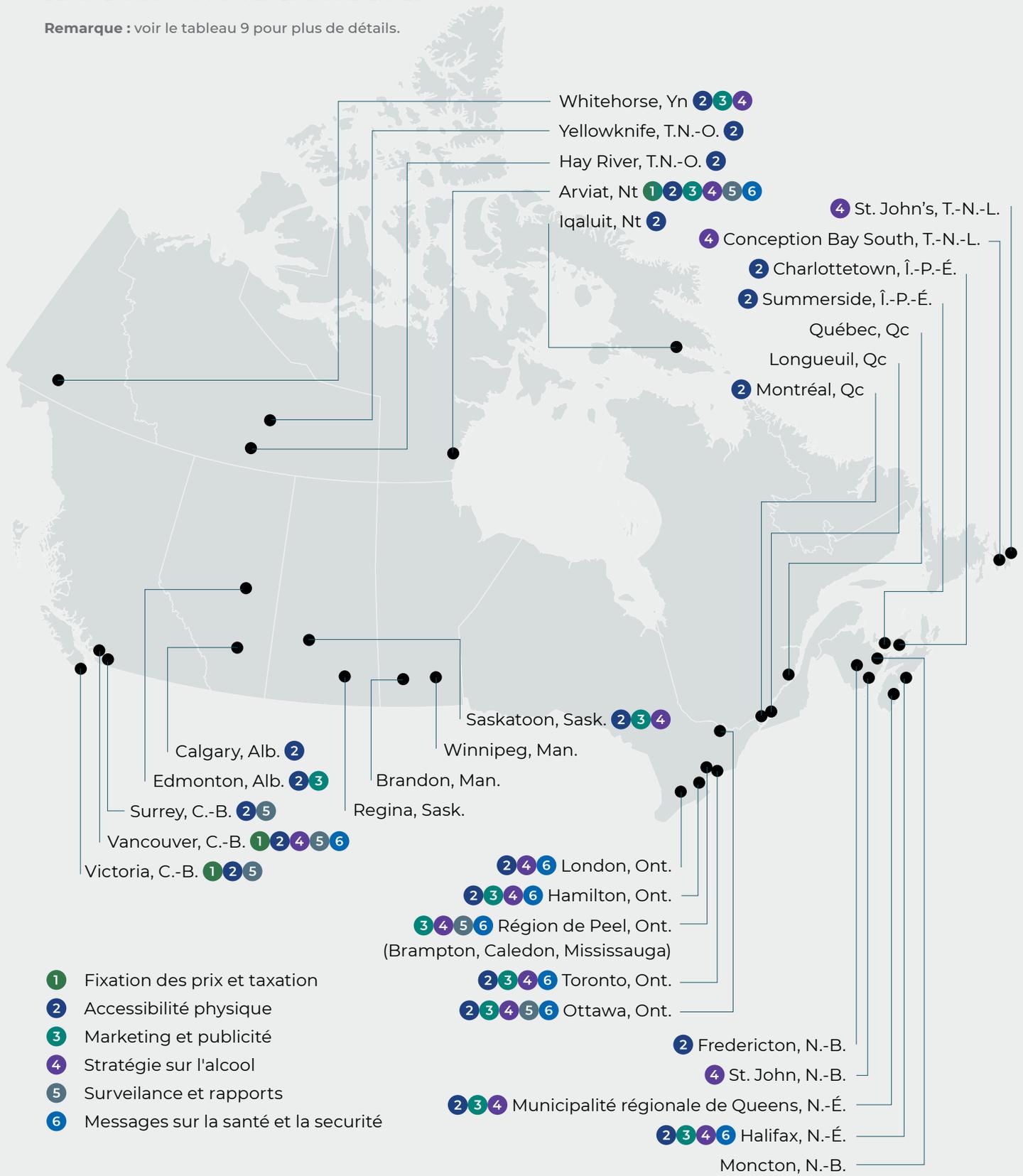


Des **étiquettes de mise en garde** peuvent **renseigner le public** sur les **risques associés à l'alcool**, y compris les cancers liés à l'alcool.

## Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

**FIGURE 2 : POLITIQUES EN MATIÈRE D'ALCOOL RELATIVES À CERTAINS DOMAINES DE POLITIQUES DU RAPPORT DE L'ÉPCA DANS 31 MUNICIPALITÉS CANADIENNES**

Remarque : voir le tableau 9 pour plus de détails.



Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

**TABLEAU 9 : DÉTAILS DES POLITIQUES EN MATIÈRE D'ALCOOL RELATIVES À CERTAINS DOMAINES DE POLITIQUES DU RAPPORT DE L'ÉPCA DANS 31 MUNICIPALITÉS CANADIENNES**

\* (en anglais seulement)

Prov./ terr.	Municipalité	Domaines de politiques en matière d'alcool					
		Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Stratégie sur l'alcool	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité
C.-B.	Surrey	–	<u>Surrey's Locational Guideline*</u>	–	–	<u>British Columbia's Alcohol Consumption by Region*</u>	–
	Vancouver	<u>Vancouver's License Bylaw*</u>	<u>Vancouver Liquor Stores Guidelines*</u> <u>Vancouver's Business Premises Regulation of Hours Bylaw*</u> <u>Vancouver's Winter Games Bylaw*</u>	–	<u>West Vancouver's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>British Columbia's Alcohol Consumption by Region*</u>	<u>Vancouver's License Bylaw*</u>
	Victoria	<u>Victoria's Business License Bylaw*</u>	<u>Victoria's Business License Bylaw*</u>	–	–	<u>British Columbia's Alcohol Consumption by Region*</u>	–
Alb.	Calgary	–	<u>Calgary's Zero Tolerance Guidelines*</u> <u>Calgary's Land Use Bylaw*</u>	–	–	–	–
	Edmonton	–	<u>The Edmonton Zoning Bylaw*</u>	<u>Liquor Advertising on Edmonton Transit System Equipment and Property*</u>	–	–	–
Sask.	Regina	–	–	–	–	–	–
	Saskatoon	–	<u>Saskatoon's Zoning Bylaw*</u>	<u>Saskatoon Transit Advertising Policy*</u> <u>Saskatoon's Advertising in Recreation Facilities*</u> <u>Saskatoon's The Procedures and Committees Bylaw*</u>	<u>Saskatoon's Special Occasion Licenses Policy*</u>	–	–
Man.	Brandon	–	–	–	–	–	–
	Winnipeg	–	–	–	–	–	–

Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

Prov./ terr.	Municipalité	Domaines de politiques en matière d'alcool					
		Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Stratégie sur l'alcool	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité
Ont.	Hamilton	-	<u>Hamilton's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Hamilton's Municipal Alcohol Policy*</u> <u>Halifax's Sponsorship Policy*</u>	<u>Hamilton's Municipal Alcohol Policy*</u>	-	<u>Hamilton's Municipal Alcohol Policy*</u>
	Ottawa	-	<u>Politique sur la consommation d'alcool d'Ottawa</u>	<u>Politique sur la consommation d'alcool d'Ottawa</u>	<u>Politique sur la consommation d'alcool d'Ottawa</u>	<u>Données sur la consommation d'alcool à Ottawa</u>	<u>Politique sur la consommation d'alcool d'Ottawa</u>
	Toronto	-	<u>Toronto's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Toronto's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Toronto's Municipal Alcohol Policy*</u>	-	<u>Toronto's Municipal Alcohol Policy*</u>
	London	-	<u>London's Special Events Policies and Procedures Manual*</u>	-	<u>London's Alcohol Risk Management Policy Manual*</u>	-	<u>London's Alcohol Risk Management Policy Manual*</u>
	Municipalité régionale de Peel	-	-	<u>Brampton's Municipal Alcohol Policy*</u> <u>Mississauga's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Brampton's Municipal Alcohol Policy*</u> <u>Mississauga's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Peel's Alcohol Uncovered Report*</u>	<u>Community Resources on Alcohol*</u>
Qc	Longueuil	-	-	-	-	-	-
	Montréal	-	<u>Règlement sur la paix publique de Montréal</u>	-	-	-	-
	Québec	-	-	-	-	-	-
N.-B.	Fredericton	-	<u>Fredericton's Zoning Bylaw*</u>	-	-	-	-
	Moncton	-	-	-	-	-	-
	Saint John	-	-	-	<u>Saint John's Alcohol and Drug Policy &amp; Program*</u>	-	-
N.-É.	Halifax	-	<u>Halifax's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Halifax's Municipal Alcohol Policy*</u>	<u>Halifax's Municipal Alcohol Policy*</u>	-	<u>Halifax's Municipal Alcohol Policy*</u>
	Municipalité régionale de Queens	-	<u>Region of Queens' Consumption of Alcohol on Municipally Owned Properties*</u>	<u>Region of Queens' Consumption of Alcohol on Municipally Owned Properties*</u>	<u>Region of Queens' Consumption of Alcohol on Municipally Owned Properties*</u>	-	-

## Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

Prov./ terr.	Municipalité	Domaines de politiques en matière d'alcool					
		Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Stratégie sur l'alcool	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité
Î.-P.-É.	Charlottetown	-	<u>Charlottetown's Alcohol in Parks Policy*</u>	-	-	-	-
	Summerside	-	<u>Summerside's Zoning Bylaw*</u>	-	-	-	-
T.-N.-L.	Conception Bay South	-	-	-	<u>Conception Bay South's Drug and Alcohol Policy*</u>	-	-
	St. John's	-	-	-	<u>St. John's Use of Alcoholic Beverages Policy*</u>	-	-
Yn	Whitehorse	-	<u>Public Drinking in Public City of Whitehorse Facilities Policy*</u>	<u>Whitehorse Purchasing and Sales Policy*</u> <u>Whitehorse's Indoor Facility Sponsorship Policy*</u>	<u>Whitehorse's Public Drinking Policy*</u>	-	-
T.N.-O.	Hay River	-	<u>Community Restrictions and Prohibitions*</u>	-	-	-	-
	Yellowknife	-	<u>Community Restrictions and Prohibitions*</u>	-	-	-	-
Nt	Arviat	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>	<u>Arviat Liquor Prohibition Regulations*</u>
	Iqaluit	-	<u>Vente au détail de boissons alcoolisées sur le territoire du Nunavut</u>	-	-	-	-

**Remarque :** Les politiques en matière d'alcool relatives à certains domaines du rapport de l'ÉPCA ont été répertoriées pour 31 municipalités mentionnées dans le RPP du Partenariat. Les domaines de politiques retenus sont ceux qui ont été considérés comme ayant un effet direct sur la consommation d'alcool et, par conséquent, sur les taux de cancer. Les domaines ayant un effet indirect sur la consommation d'alcool ou ceux qui vont au-delà de l'influence des autorités municipales n'ont pas été inclus (p. ex. âge minimal légal pour consommer de l'alcool et les systèmes de contrôle de l'alcool).

Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

**TABLEAU 10 : POLITIQUES EN MATIÈRE D'ALCOOL RELATIVES À CERTAINS DOMAINES DE POLITIQUES DU RAPPORT DE L'ÉPCA DANS LES PROVINCES ET TERRITOIRES**

\* (en anglais seulement)

Territoire de compétence	Domaines de politiques en matière d'alcool						
	Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Âge minimal légal pour consommer de l'alcool	Stratégie sur l'alcool <sup>a</sup>	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité <sup>b</sup>
<b>Fédéral</b>	<a href="#">Loi sur l'accise</a> <a href="#">Taux des droits d'accise</a>	<a href="#">Loi sur l'importation des boissons enivrantes</a>	<a href="#">Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées</a> <a href="#">Loi sur les aliments et drogues</a> <a href="#">Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation</a>	–	<a href="#">Réduire les méfaits liés à l'alcool au Canada : vers une culture de modération</a>	<a href="#">Méfaits de l'alcool au Canada</a> <a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a>	<a href="#">Directives de consommation d'alcool à faible risque</a>
<b>C.-B.</b>	<a href="#">British Columbia Liquor Control and Licensing Regulation*</a> <a href="#">British Columbia Provincial Sales Tax Act*</a> <a href="#">British Columbia Provincial Sales Tax Exemption and Refund Regulation*</a> <a href="#">British Columbia Minimum On-Premise Drink Prices Policy*</a> <a href="#">British Columbia Minimum Pricing in Liquor Stores*</a>	<a href="#">Hours of Sale and Delivery*</a> <a href="#">Liquor Control and Licensing Regulation*</a> <a href="#">Food Primary Terms and Conditions*</a>	<a href="#">Liquor Control and Licensing Regulation*</a> <a href="#">Special Permits Manual*</a>	<a href="#">Liquor Control and Licensing Act*</a>	<a href="#">Public Health Approach to Alcohol Policy*</a>	<a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a> <a href="#">Alcohol Consumption in BC*</a> <a href="#">Alcohol and Other Drugs Monitoring Project*</a>	<a href="#">Mandatory Display of Alcohol Sense Materials*</a>
<b>Alb.</b>	<a href="#">Alberta Gaming, Liquor, and Cannabis Act*</a>	<a href="#">Liquor Q &amp; A*</a> <a href="#">About Liquor in Alberta*</a> <a href="#">Liquor License Handbook*</a>	<a href="#">Gaming, Liquor and Cannabis Act*</a> <a href="#">Liquor License Handbook*</a>	<a href="#">Gaming, Liquor and Cannabis Act*</a>	<a href="#">Alberta Alcohol Strategy*</a>	<a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a>	<a href="#">Responsible Liquor Service*</a>

Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

Territoire de compétence	Domaines de politiques en matière d'alcool						
	Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Âge minimal pour consommer de l'alcool	Stratégie sur l'alcool <sup>a</sup>	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité <sup>b</sup>
<b>Sask.</b>	<a href="#">Loi sur la réglementation des boissons alcoolisées et des jeux de hasard de la Saskatchewan</a> <a href="#">Saskatchewan Liquor Consumption Tax Act*</a> <a href="#">Saskatchewan Wholesale Pricing Structure and Policy Manual*</a>	<a href="#">Restaurant/Tavern Permitted*</a> <a href="#">Règlement sur le contrôle de l'alcool</a> <a href="#">Loi modifiant la Loi sur la réglementation des boissons alcoolisées et des jeux de hasard</a>	<a href="#">Loi sur la réglementation des boissons alcoolisées et des jeux de hasard</a> <a href="#">Beverage and Alcohol Advertising Standards*</a>	<a href="#">Loi sur la réglementation des boissons alcoolisées et des jeux de hasard</a>	–	<a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a>	–
<b>Man.</b>	<a href="#">Manitoba Liquor Licensing Regulation*</a> <a href="#">Manitoba Liquor &amp; Lotteries Price*</a>	<a href="#">La Province autorisera la vente de boissons alcoolisées avec de la nourriture à livrer et à emporter</a> <a href="#">Liquor Licensing Regulation*</a> <a href="#">Loi modifiant la Loi sur la réglementation des alcools</a>	<a href="#">Liquor, Gaming and Cannabis Control Act*</a>	<a href="#">Liquor, Gaming and Cannabis Control Act*</a>	<a href="#">Manitoba's Strategy to Reduce Alcohol-Related Harms*</a>	<a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a>	–
<b>Ont.</b>	<a href="#">Règlement de l'Ontario sur l'établissement du prix minimum des boissons alcooliques et questions connexes</a> <a href="#">Permis de vente d'alcool</a> <a href="#">Taxe sur la bière et le vin de l'Ontario</a> <a href="#">Taxes sur les spiritueux en Ontario</a>	<a href="#">L'Ontario adopte des mesures temporaires pour soutenir les bars, restaurants et les détaillants d'alcool pendant la situation de la COVID-19</a> <a href="#">Vente de boissons alcooliques dans les magasins du gouvernement</a> <a href="#">Permis de vente d'alcool</a>	<a href="#">Loi sur les permis d'alcool</a> <a href="#">Directives à l'intention des titulaires de permis de vente d'alcool et des fabricants d'alcool</a> <a href="#">Loi sur les permis d'alcool, dispositions générales</a>	<a href="#">Loi sur les permis d'alcool</a>	–	<a href="#">Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues</a> <a href="#">Snapshot de la consommation autodéclarée d'alcool</a>	<a href="#">Loi sur les permis d'alcool</a>

Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

Territoire de compétence	Domaines de politiques en matière d'alcool						
	Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Âge minimal légal pour consommer de l'alcool	Stratégie sur l'alcool <sup>a</sup>	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité <sup>b</sup>
<b>Ont.</b>		Modifications du prix minimum pour les spiritueux commandés avec des plats à emporter et à livrer					
<b>QC</b>	Loi concernant l'Impôt sur la vente en détail du Québec	Lois sur l'alcool du Québec	Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques	Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques	–	Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues	Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques
<b>N.-B.</b>	Règlement général du Nouveau-Brunswick  Loi sur la réglementation des alcools du Nouveau-Brunswick	Modifications à la Loi sur la réglementation des alcools afin de permettre de vendre de l'alcool hors site et de reboucher les bouteilles de vin  Règlement général du Nouveau-Brunswick pris en vertu de la Loi sur la réglementation des alcools	Loi sur la réglementation des alcools  Règlement sur la publicité des boissons alcooliques	Loi sur la réglementation des alcools	–	Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues	–
<b>N.-É.</b>	Nova Scotia Liquor Licensing Regulations*  Nova Scotia Licensee Price Lists*	Nova Scotia Liquor Corporations Regulations*  Ferment on Premises Regulation*  Liquor Control Act*	Liquor Control Act*	Liquor Control Act*	Nova Scotia Alcohol Strategy*	Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues	–
<b>T.-N.-L</b>	Newfoundland & Labrador Liquor Licensing Regulations*	Lois sur l'alcool de la Terre-Neuve-et-Labrador  Consolidated Newfoundland and Labrador Regulations*	Liquor Control Act*	Liquor Control Act*	–	Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues	–

Résumé des mesures prises relativement à la politique en matière d'alcool au Canada

Territoire de compétence	Domaines de politiques en matière d'alcool						
	Fixation des prix et taxation	Accessibilité physique	Marketing et publicité	Âge minimal légal pour consommer de l'alcool	Stratégie sur l'alcool <sup>a</sup>	Surveillance et rapports	Messages sur la santé et la sécurité <sup>b</sup>
Î.-P.-É.	Prince Edward Island Liquor Control Act*	Liquor Agency Regulations*	Liquor Control Act Regulations*	Liquor Control Act*	–	Enquête de surveillance canadienne de la consommation d'alcool et de drogues	–
	Prince Edward Island Health Tax Act*		General Regulations*				
Yn	Loi de la taxe sur les boissons alcoolisées du Yukon	Loi sur les boissons alcoolisées	Règlement sur les boissons alcoolisées	Loi sur les boissons alcoolisées	–	Société des alcools du Yukon : rapports annuels et objectifs de rendement	Northern Territories Alcohol Labels Study*
T.N.-O.	–	Le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (GTNO) modifie le Règlement sur les boissons alcoolisées pour autoriser la livraison de l'alcool	Loi sur les boissons alcoolisées	Loi sur les boissons alcoolisées	–	Northwest Territories Liquor and Cannabis Commission Annual Report*	Northern Territories Alcohol Labels Study*
		Loi sur les boissons alcoolisées	Règlement sur les boissons alcoolisées				
		Règlement sur les boissons alcoolisées					
Nt	–	Loi sur les boissons alcoolisées	Règlement sur les boissons alcoolisées	Loi sur les boissons alcoolisées	Stratégie pour réduire les méfaits liés à l'alcool au Nunavut	Halting the Harm*	–
		Règlement sur les boissons alcoolisées	Loi sur les boissons alcoolisées				

Remarques :

Les politiques en matière d'alcool relatives à certains domaines du rapport de l'ÉPCA ont été répertoriées dans l'ensemble des provinces et des territoires canadiens. Les domaines de politiques retenus sont ceux qui ont été considérés comme ayant un effet direct sur la consommation d'alcool et, par conséquent, sur les taux de cancer.

- a Une Stratégie nationale sur l'alcool a été élaborée. Elle n'a pas le soutien du gouvernement fédéral.
- b Des étiquettes de mise en garde indiquant que la consommation d'alcool pendant la grossesse peut provoquer des malformations congénitales ont été adoptées en vertu de la loi fédérale en 2000. La loi n'a pas encore été appliquée.

## Annexe A : Méthodologie<sup>1</sup>

### Revue de la documentation universitaire

Deux examens systématiques de la documentation ont été effectués afin de compiler la recherche canadienne en matière d'épidémiologie et de politiques. Ces examens de la documentation ont été limités à la fois géographiquement (Canada) et temporellement (janvier 2016 à novembre 2020).

Les deux examens ont été effectués à l'aide de trois bases de données en ligne : PubMed, Web of Science et Scopus. Le premier examen a donné 47 résultats et le second 3 résultats, après balayage des titres et suppression des doublons.

### Analyse des politiques

Des analyses des politiques ont été menées aux niveaux fédéral, provincial/territorial et municipal afin d'étudier la législation relative à la réglementation de l'alcool au Canada. Des recherches électroniques, incluant des lois fédérales ainsi que provinciales ou territoriales, ont été effectuées sur le site [CANLII](#). La même stratégie de recherche a été utilisée pour rechercher les règlements et les politiques municipales dans 31 sites Web municipaux.

### Littérature grise

Les résultats des examens de la documentation ont été complétés par le [rapport de 2019 de l'Évaluation des politiques canadiennes sur l'alcool](#). En outre, divers sites Web gouvernementaux ont été consultés pour trouver les politiques, la législation, les programmes et les statistiques pertinents en matière d'alcool. Une recherche sur Google Scholar et des recherches générales sur Google ont été effectuées pour trouver des informations supplémentaires concernant les taux et les habitudes de consommation d'alcool, comme les heures d'ouverture des magasins d'alcool provinciaux pendant la pandémie de COVID-19, les ventes d'alcool privées et publiques, les campagnes de marketing, les programmes de formation au service responsable d'alcool et d'autres domaines.

Enfin, une recherche dans les médias a été effectuée à l'aide de Google et de recherches sur des sites Web d'informations afin de trouver les territoires de compétence qui ont mis en œuvre des approches innovantes en matière de politiques sur l'alcool.

### Limites

La stratégie fondée sur des examens de la documentation a été utilisée pour évaluer la recherche relative à l'alcool au Canada. Cependant, la nature des examens de la documentation ne permet pas d'évaluer la qualité de la documentation ciblée. En outre, la stratégie de recherche n'a pas inclus un examen systématique de la documentation relative aux domaines de politiques. Ainsi, les données rapportées sur les domaines de politiques ne se sont pas appuyées sur un examen complet de la documentation académique et grise liée à l'alcool. En outre, les examens de la documentation et les analyses des politiques ont été limités au Canada. Des données internationales ont complété les examens de la documentation et les analyses des politiques uniquement lorsque cela était nécessaire. En conséquence, les suggestions en matière de politiques peuvent ne pas être applicables dans d'autres pays. Enfin, la recherche et les politiques liées à l'alcool sont en constante évolution, notamment à l'heure de la pandémie de COVID-19. De nouvelles données peuvent apparaître après la publication, ou les données existantes peuvent devenir obsolètes à mesure que le paysage politique continue d'évoluer.

<sup>1</sup> Tous les sites Web et politiques référencés sont à jour au 31 janvier 2021. Veuillez communiquer avec le Partenariat pour obtenir une méthodologie détaillée.

## Références

1. Stockwell, T., Leng, J. et Sturge, J. (2006). *Alcohol pricing and public health in Canada: issues and opportunities* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Centre for Addictions Research of BC, Université de Victoria [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-alcohol-pricing-public-health-cnd.pdf>.
2. Thompson, K., Stockwell, T., Wettlaufer, A., Giesbrecht, N. et Thomas, G. (2016). Minimum alcohol pricing policies in practice: a critical examination of implementation in Canada. *J Public Health Policy*, 38(1), 39-57.
3. Puru, P., Kerry, W. et Michael, G. W. (2018). *Examining the costs and cost-effectiveness of policies for reducing alcohol consumption* [en ligne]. Hamilton, Ontario.
4. McMaster Health Forum [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://macsphere.mcmaster.ca/handle/11375/23785>; Mäkelä, P. et Österberg, E. (2009). Weakening of one more alcohol control pillar: a review of the effects of the alcohol tax cuts in Finland in 2004. *Addiction*, 104(4), 554-563.
5. Giesbrecht, N., Wettlaufer, A., Thomas, G., Stockwell, T., Thompson, K., April, N. et coll. (2015). Pricing of alcohol in Canada: a comparison of provincial policies and harm-reduction opportunities. *Drug Alcohol Rev*, 35(3), 289-297.
6. Stockwell, T., Zhao, J., Giesbrecht, N., Macdonald, S., Thomas, G. et Wettlaufer, A. (2012). The raising of minimum alcohol prices in Saskatchewan, Canada: impacts on consumption and implications for public health. *Am J Public Health*, 102(12), e103-e110.
7. Stockwell, T., Leng, J. et Sturge, J. (2006). *Alcohol pricing and public health in Canada: issues and opportunities* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Centre for Addictions Research of BC, Université de Victoria [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-alcohol-pricing-public-health-cnd.pdf>.
8. Agence de la santé publique du Canada. (2016). *Rapport de l'administrateur en chef de la santé publique sur l'état de la santé publique au Canada en 2015. La consommation d'alcool au Canada* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.canada.ca/content/dam/canada/health-canada/migration/healthy-canadians/publications/department-ministere/state-public-health-alcohol-2015-etat-sante-publique-alcool/alt/state-phac-alcohol-2015-etat-aspc-alcool-fra.pdf>.
9. Macdonald, S., Stockwell, T. et Luo, J. (2010). The relationship between alcohol problems, perceived risks and attitudes toward alcohol policy in Canada. *Drug Alcohol Rev*, 30(6), 652-658.
10. *Ibid.*
11. Weerasinghe, A., Schoueri-Mychasiw, N., Vallance, K., Stockwell, T., Hammond, D., McGavock, J. et coll. (2020). Improving knowledge that alcohol can cause cancer is associated with consumer support for alcohol policies: findings from a real-world alcohol labelling study. *Int J Environ Res Public Health*, 17(2), 398.
12. Thompson, K., Stockwell, T., Wettlaufer, A., Giesbrecht, N. et Thomas, G. (2016). Minimum alcohol pricing policies in practice: a critical examination of implementation in Canada. *J Public Health Policy*, 38(1), 39-57.
13. Thomas, G., Stockwell, T. et Reist, D. (2009). *Alcohol pricing, public health and the HST: proposed incentives for BC drinkers to make healthy choices* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Centre for Addictions Research of BC, Université de Victoria [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-alcohol-pricing-public-health-hst.pdf>.
14. Giesbrecht, N., Wettlaufer, A., Thomas, G., Stockwell, T., Thompson, K., April, N. et coll. (2015). Pricing of alcohol in Canada: a comparison of provincial policies and harm-reduction opportunities. *Drug Alcohol Rev*, 35(3), 289-297.
15. Stockwell, T., Leng, J. et Sturge, J. (2006). *Alcohol pricing and public health in Canada: issues and opportunities* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Centre for Addictions Research of BC, Université de Victoria [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-alcohol-pricing-public-health-cnd.pdf>.
16. Thompson, K., Stockwell, T., Wettlaufer, A., Giesbrecht, N. et Thomas, G. (2016). Minimum alcohol pricing policies in practice: a critical examination of implementation in Canada. *J Public Health Policy*, 38(1), 39-57.
17. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques Fédérales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances, Université de Victoria. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-federales-fr.pdf>.
18. Giesbrecht, N., Wettlaufer, A., Thomas, G., Stockwell, T., Thompson, K., April, N. et coll. (2015). Pricing of alcohol in Canada: a comparison of provincial policies and harm-reduction opportunities. *Drug Alcohol Rev*, 35(3), 289-297.

## Références

19. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques Fédérales*. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances, Université de Victoria. [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-federales-fr.pdf>.
20. *Plan d'action fédéral-provincial-territorial : commerce des boissons alcoolisées*. Accord de libre-échange canadien [en ligne]. [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.cfta-alec.ca/plan-daction-federal-provincial-territorial-commerce-des-boissons-alcoolisees/?lang=fr>.
21. Tableau adapté de <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/publications/edrates/taux-droits-accise.html>. [consulté le 30 janvier 2021].
22. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
23. Tableau adapté de <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/publications/edrates/taux-droits-accise.html> [consulté le 30 janvier 2021].
24. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques Fédérales*. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances, Université de Victoria [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-federales-fr.pdf>.
25. *Ibid.*
26. Giesbrecht, N., Wettlaufer, A., Thomas, G., Stockwell, T., Thompson, K., April, N. et coll. (2015). Pricing of alcohol in Canada: a comparison of provincial policies and harm-reduction opportunities. *Drug Alcohol Rev*, 35(3), 289-297.
27. Duguid, K. (2018). Bargain hunting booze lovers turn to home brew kits to beat minimum pricing, experts say [en ligne]. *The Scottish Sun* [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.thescottishsun.co.uk/news/scottish-news/2601283/minimum-pricing-home-brew-booze/>.
28. Sherk, A., Stockwell, T., Chikritzhs, T., Andréasson, S., Angus, C., Gripenberg, J. et coll. (2018). Alcohol consumption and the physical availability of take-away alcohol: systematic reviews and meta-analyses of the days and hours of sale and outlet density [en ligne]. *J Stud Alcohol Drugs*, 79(1), 58-67 [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29227232/>.
29. Hahn, R. A., Kuzara, J. L., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Middleton, J. C. et Lawrence, B. (2010). Effectiveness of policies restricting hours of alcohol sales in preventing excessive alcohol consumption and related harms. *Am J Prev Med*, 39(6), 590-604.
30. Sherk, A., Stockwell, T., Chikritzhs, T., Andréasson, S., Angus, C., Gripenberg, J. et coll. (2018). Alcohol consumption and the physical availability of take-away alcohol: systematic reviews and meta-analyses of the days and hours of sale and outlet density [en ligne]. *J Stud Alcohol Drugs*, 79(1), 58-67 [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29227232/>.
31. *Ibid.*
32. Hahn, R., Kuzara, J., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J. et coll. (2010). Effectiveness of policies restricting hours of alcohol sales in preventing excessive alcohol consumption and related harms. *Am J Prev Med*, 39(6), 590-604.
33. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
34. Kuntsche, E., Kuendig, H. et Gmel, G. (2008). Alcohol outlet density, perceived availability and adolescent alcohol use: a multilevel structural equation model. *J Epidemiol Community Health*, 62(9), 811-816.
35. *Ibid.*

## Références

36. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
37. Sherk, A., Stockwell, T., Chikritzhs, T., Andréasson, S., Angus, C., Gripenberg, J. et coll. (2018). Alcohol consumption and the physical availability of take-away alcohol: systematic reviews and meta-analyses of the days and hours of sale and outlet density [en ligne]. *J Stud Alcohol Drugs*, 79(1), 58-67 [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29227232/>.
38. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
39. Médecin hygiéniste. (2019). *Public health implications of the proposed increase in access to alcohol in Ontario* [en ligne]. Toronto.ca. [consulté le 26 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2019/hl/bgrd/backgroundfile-135645.pdf>.
40. *Règlement de l'aviation canadien*, DORS/96-433, adopté en vertu de la *Loi sur l'aéronautique*, LRC 1985, c A-2.
41. *Loi sur la sécurité ferroviaire*, LRC 1985, ch. 32.
42. *Règlement sur le camping dans les parcs nationaux du Canada*, DORS/80-127, adopté en vertu de la *Loi sur les parcs nationaux du Canada*.
43. Restaurants Canada. (2020). *Navigating COVID-19: government updates* [en ligne]. [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.restaurantscanada.org/industry-news/covid-19-government-updates/>.
44. Pendrill, K. 2021 *Alcohol Delivery Laws for Restaurants* [en ligne]. TouchBistro [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.touchbistro.com/blog/alcohol-delivery-covid-19/>.
45. MacKinnon, B., Fraser, E. et Morin, S. (2020). N.B. COVID-19 roundup: restaurants can sell liquor with take-out and deliveries [en ligne]. CBC [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.cbc.ca/news/canada/new-brunswick/covid-19-pandemic-coronavirus-1.5534102>.
46. Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest. (2020). *Le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (GTNO) modifie le Règlement sur les boissons alcoolisées pour autoriser la livraison de l'alcool* [en ligne]. Gov.nt.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.gov.nt.ca/fr/newsroom/le-gouvernement-des-territoires-du-nord-ouest-gtno-modifie-le-reglement-sur-les-boissons>.
47. Commission des alcools et des jeux de l'Ontario. (2020). *Bulletin d'information no 61 - Les titulaires de licences d'alcool peuvent maintenant vendre de l'alcool pour emporter ou pour livraison, avec de la nourriture* [en ligne]. agco.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.agco.ca/fr/bulletin/2020/bulletin-dinformation-no-61-les-titulaires-de-licences-dalcool-peuvent-maintenant>;
48. Gouvernement de la Colombie-Britannique. (2020). *The sale and delivery of packaged liquor for off-site consumption with the purchase of a meal* [en ligne]. www2.gov.bc.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : [https://www2.gov.bc.ca/assets/gov/employment-business-and-economic-development/business-management/liquor-regulation-licensing/policy-directives/20-05\\_sale\\_and\\_delivery\\_of\\_packaged\\_liquor\\_from\\_service\\_area\\_for\\_off-site\\_consumption.pdf](https://www2.gov.bc.ca/assets/gov/employment-business-and-economic-development/business-management/liquor-regulation-licensing/policy-directives/20-05_sale_and_delivery_of_packaged_liquor_from_service_area_for_off-site_consumption.pdf).
49. Wong, J. (2020). *Alberta to continue with alcohol sales in takeout, delivery orders when COVID-19 restrictions ease* [en ligne]. Global News [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://globalnews.ca/news/6938939/alberta-liquor-sales-takeout-post-covid-19/#:~:text=Changes%20to%20provincial%20liquor%20regulations,of%20the%20COVID%2D19%20pandemic>.
50. Restaurants Canada. (2020). *Newfoundland and Labrador is permanently allowing alcohol to be sold with delivery* [en ligne]. [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.restaurantscanada.org/industry-news/newfoundland-and-labrador-is-permanently-allowing-alcohol-to-be-sold-with-delivery/>.

## Références

51. Smith, C. (2020). *New Brunswick looks to allow alcohol in food delivery or takeout orders beyond COVID-19* [en ligne]. Global News [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://globalnews.ca/news/7510916/nb-alcohol-delivery-food-takeout/>.
52. Statistique Canada. (2018). *Accès de la population canadienne aux points de vente au détail réglementés de boissons alcoolisées et de cannabis* [en ligne]. [www150.statcan.gc.ca](http://www150.statcan.gc.ca) [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2018001/article/54964-fra.htm>.
53. Statistique Canada. *Ventes de boissons alcoolisées des régions des alcools et d'autres points de vente au détail, selon la valeur, le volume et le volume absolu* (tableau 10-10-0010-01). [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : [https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb1/fr/tv.action?pid=1010001001&request\\_locale=fr](https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb1/fr/tv.action?pid=1010001001&request_locale=fr).
54. Statistique Canada. (2018). *Accès de la population canadienne aux points de vente au détail réglementés de boissons alcoolisées et de cannabis* [en ligne]. [www150.statcan.gc.ca](http://www150.statcan.gc.ca) [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2018001/article/54964-fra.htm>.
55. Institut canadien d'information sur la santé. (2017). *Méfaits de l'alcool au Canada. Hospitalisations entièrement attribuables à l'alcool et stratégies de réduction des méfaits* [en ligne]. Ottawa, Ontario : Institut canadien d'information sur la santé [consulté le 29 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.cihi.ca/sites/default/files/document/report-alcohol-hospitalizations-fr-web.pdf>.
56. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
57. Ville de Toronto. By-law No. 119-2014. *To extend the hours of sale and service of liquor by holders of a licence under the Liquor Licence Act in the morning during the XXII Olympic Winter Games, Sochi 2014*. [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.toronto.ca/legdocs/bylaws/2014/law0119.pdf>.
58. Babor, T. (2010). *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy* (2<sup>e</sup> éd.). Oxford : OUP Oxford.
59. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
60. *Ibid.*
61. Monteiro, M., Babor, T., Jernigan, D. et Brookes, C. (2017). Alcohol marketing regulation: from research to public policy. *Addiction*, 112, 3-6.
62. Aiken, A., Lam, T., Gilmore, W., Burns, L., Chikritzhs, T., Lenton, S. et coll. (2021). Youth perceptions of alcohol advertising: are current advertising regulations working? [en ligne]. *Pubmed. ncbi.nlm.nih.gov* [consulté le 1<sup>er</sup> février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29697872/>.
63. Jernigan, D., Padon, A., Ross, C. et Borzekowski, D. (2017). Self-reported youth and adult exposure to alcohol marketing in traditional and digital media: results of a pilot survey. *Alcohol Clin Exp Res*, 41(3), 618-625.
64. *Ibid.*
65. Chambers, T. (2020). Alcohol sponsorship and esports: reinforcing the need for legislative restrictions on alcohol sponsorship. *Alcohol and Alcoholism*, 55(2), 144-146.
66. Noel, J., Babor, T. et Robaina, K. (2016). Industry self-regulation of alcohol marketing: a systematic review of content and exposure research. *Addiction*, 112, 28-50.
67. Mart, S. et Giesbrecht, N. (2015). Red flags on pinkwashed drinks: contradictions and dangers in marketing alcohol to prevent cancer. *Addiction*, 110(10), 1541-1548.
68. *Ibid.*
69. Strathcona County. (2020). *Have a game plan* [en ligne]. [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.strathcona.ca/community-families/well-being-and-mental-health/addiction-supports/have-a-game-plan/>.
70. Ville de Brampton. (2016). *Municipal Alcohol Policy* [en ligne]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.brampton.ca/EN/residents/Recreation/Bookings-Rentals/Documents/Municipal%20Alcohol%20Policy/Municipal%20Alcohol%20Policy.pdf>.

## Références

71. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
72. *Ibid.*
73. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques Fédérales*. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances, Université de Victoria.
74. Callaghan, R., Sanches, M., Gatley, J. et Stockwell, T. (2014). Impacts of drinking-age laws on mortality in Canada, 1980-2009. *Drug Alcohol Depend*, 138, 137-145.
75. *Ibid.*
76. Özdemir, M. et Koutakis, N. (2015). Does promoting parents' negative attitudes to underage drinking reduce adolescents' drinking? The mediating process and moderators of the effects of the Örebro Prevention Programme. *Addiction*, 111(2), 263-271.
77. CAMH. (2019). *Cadre stratégique sur l'alcool* [en ligne]. Toronto, Ontario : CAMH [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <http://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/camh-alcohol-policy-framework-fr-pdf.pdf>.
78. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
79. *Ibid.*
80. *Ibid.*
81. van der Maas, M., Giesbrecht, N., Stoduto, G., Orpana, H., Geneau, R. et Mann R. (2020). Habitudes de consommation, méfaits liés à l'alcool et points de vue sur les politiques : résultats d'un projet pilote de l'étude internationale sur le contrôle de l'alcool (IAC) au Canada. *Promotion de la santé et prévention des maladies chroniques au Canada*, 40(5/6), 165-175.
82. Ialomiteanu, A., Giesbrecht, N., Adlaf, E. et Wettlaufer, A. (2014). Trends in public opinion on alcohol issues during a period of increasing access to alcohol: Ontario, Canada, 1996-2011. *Drug Alcohol Rev*, 33(3), 249-258.
83. *Ibid.*
84. CAMH. (2019). *Cadre stratégique sur l'alcool* [en ligne]. Toronto, Ontario : CAMH [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <http://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/camh-alcohol-policy-framework-fr-pdf.pdf>.
85. Stockwell, T., Zhao, J., Macdonald, S., Vallance, K., Gruenewald, P., Ponicki, W. et coll. (2011). Impact on alcohol-related mortality of a rapid rise in the density of private liquor outlets in British Columbia: a local area multi-level analysis. *Addiction*, 106(4), 768-776.
86. CAMH. (2019). *Cadre stratégique sur l'alcool* [en ligne]. Toronto, Ontario : CAMH [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <http://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/camh-alcohol-policy-framework-fr-pdf.pdf>.
87. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques Fédérales*. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances, Université de Victoria.
88. *Ibid.*
89. Alberta Gaming, Liquor & Cannabis. *About liquor in Alberta* [en ligne]. aglc.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://aglc.ca/liquor/about-liquor-alberta>.
90. MADD Canada. (2011). *Provincial liquor boards: meeting the best interests of Canadians* [en ligne]. MADD. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : [https://www.madd.ca/english/research/Privatization\\_PolicyPaper\\_Update\\_May\\_2011.pdf](https://www.madd.ca/english/research/Privatization_PolicyPaper_Update_May_2011.pdf).
91. Statistique Canada. *Ventes de boissons alcoolisées des régies des alcools et d'autres points de vente au détail, selon la valeur, le volume et le volume absolu* (tableau 10-10-0010-01).
92. Giesbrecht, N., Wettlaufer, A., Stockwell, T., Vallance, K., Chow, C., April, N. et coll. (2020). Alcohol retail privatisation in Canadian provinces between 2012 and 2017. Is decision making oriented to harm reduction? *Drug Alcohol Rev*, 40(3), 459-467.

## Références

93. Gouvernement de la Colombie-Britannique. (2021). *Licensee Retail Store Terms and Conditions* [en ligne]. Colombie-Britannique [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www2.gov.bc.ca/assets/gov/employment-business-and-economic-development/business-management/liquor-regulation-licensing/guides-and-manuals/licenseeretailstore-handbook.pdf>.
94. PEI Liquor Control Commission. *PEI Liquor Agency Store List* [en ligne]. [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://liquorpei.com/pei-liquor-agency-store-list/>.
95. Société des alcools et du cannabis des Territoires du Nord-Ouest. *Alcool* [en ligne]. ntcc.ca [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.ntcc.ca/fr/alcool>.
96. George, J. (2019). *Beer sales booming in Nunavut: StatCan* [en ligne]. Nunatsiq News [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://nunatsiq.com/stories/article/beer-sales-booming-in-nunavut-statcan/>.
97. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N. et coll. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. Victoria, Colombie-Britannique : Institut canadien de recherche sur l'usage de substances [consulté le 30 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
98. Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. (2007). *Recommandations en vue d'une stratégie nationale sur l'alcool* [en ligne]. ccsa.ca [consulté le 1<sup>er</sup> février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-05/ccsa-023876-f-2007.pdf>.
99. Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Stockwell, T., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques fédérales* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-federales-fr.pdf>.
100. Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. (2007). *Recommandations en vue d'une stratégie nationale sur l'alcool* [en ligne]. ccsa.ca [consulté le 1<sup>er</sup> février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-05/ccsa-023876-f-2007.pdf>.
101. Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. (2017). *Projet de surveillance de la Stratégie nationale sur l'alcool* [en ligne]. ccsa.ca [consulté le 1<sup>er</sup> février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-04/CCSA-National-Alcohol-Strategy-Monitoring-Report-2017-fr.pdf>.
102. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
103. Ville de Wolfville. (2020). *Wolfville operations plan 2020-2024* [en ligne]. wolfville.ca [consulté le 26 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : [https://wolfville.ca/component/com\\_docman/Itemid,264/alias,2730-operational-plan-and-budget-2020-21-final-2/category\\_slug,140-finance/view/download/](https://wolfville.ca/component/com_docman/Itemid,264/alias,2730-operational-plan-and-budget-2020-21-final-2/category_slug,140-finance/view/download/).
104. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca. [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
105. *Ibid.*
106. *Ibid.*
107. *Ibid.*
108. Wettlaufer, A., Cukier, S. et Giesbrecht, N. (2017). Comparing alcohol marketing and alcohol warning message policies across Canada. *Subst Use Misuse*, 52(10), 1364-1374.
109. Vallance, K., Stockwell, T., Zhao, J., Shokar, S., Schoueri-Mychasiw, N., Hammond, D. et coll. (2020). Baseline assessment of alcohol-related knowledge of and support for alcohol warning labels among alcohol consumers in Northern Canada and associations with key sociodemographic characteristics. *J Stud Alcohol Drugs*, 81(2), 238-248.

## Références

110. Santé publique Ontario. (2013). *Effectiveness of approaches to communicate alcohol-related health messaging: review and implications for Ontario's public health practitioners* [en ligne]. Toronto, Ontario : Imprimeur de la Reine pour l'Ontario [consulté le 31 janvier 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.publichealthontario.ca/-/media/documents/A/2015/alcohol-health-messaging.pdf?la=en>.
111. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca. [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
112. Shelley, J. (2017). *Food as a dangerous product? The promise of private law for public health [SJD]*. Université de Toronto.
113. Special section: alcohol warning labels [en ligne]. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 81(2). jsacd.com (2020) [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.jsad.com/toc/jsad/81/2>.
114. *Ibid.*
115. Cour suprême du Canada. (2021). *Hollis c. Dow Corning Corp.* (jugements de la Cour suprême) [en ligne]. scc-csc.lexum.com [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/fr/item/1328/index.do>.
116. Shelley, A. (2021). Reflection on the duty to warn after Létourneau v JTI-MacDonald: a future for obesity litigation in Canada? *Revue de droit et santé de McGill*.
117. Les mères contre l'alcool au volant (MADD). (2020). *MADD Canada demande au ministre de la Santé d'apposer des avertissements sur les produits alcoolisés en raison de la consommation accrue d'alcool* [en ligne]. MADD Canada [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://madd.ca/pages/madd-canada-demande-au-ministre-de-la-sante-dapposer-des-avertissements-sur-les-produits-alcoolises-en-raison-de-la-consommation-accrue-dalcool/?lang=fr>.
118. Wettlaufer, A., Cukier, S. et Giesbrecht, N. (2017). Comparing alcohol marketing and alcohol warning message policies across Canada. *Subst Use Misuse*, 52(10), 1364-1374.
119. Santé publique Ontario. (2016). *Pleins feux sur : les étiquettes de mise en garde sur l'alcool et le TSAF* [en ligne]. publichealthontario.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.publichealthontario.ca/-/media/documents/F/2016/focus-on-alcohol-fasd.pdf?la=fr>.
120. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
121. *Ibid.*
122. Médecin hygiéniste. (2019). *Public health implications of the proposed increase in access to alcohol in Ontario* [en ligne]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2019/hl/bgrd/backgroundfile-135645.pdf>.
123. Stockwell, T., Wettlaufer, A., Vallance, K., Chow, C., Giesbrecht, N., April, N., Asbridge, M., Callaghan, R. C., Cukier, S., Davis-MacNevin, P., Dube, M., Hynes, G., Mann, R., Solomon, R., Thomas, G. et Thompson, K. (2019). *Stratégies pour réduire les méfaits et les coûts liés à l'alcool au Canada : une revue des politiques provinciales et territoriales* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-cape-pt-fr.pdf>.
124. Université de Victoria. *Northern Territories Alcohol Labels Study* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/projects/active/projects/northern-territories-alcohol-study.php>.
125. Université de Victoria. *Alcohol warning labels about cancer risk a Canadian first* [en ligne]. uvic.ca [consulté le 11 février 2021]. Disponible à l'adresse (en anglais seulement) : <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/about/news/current/alcohol-warning-labels-about-cancer-risk-a-canadian-first.php>.



La production du présent document a été rendue possible grâce à une contribution financière de Santé Canada.