REPEALED

Repealed by M.R. 81/2014.
Date of repeal: 1 Apr. 2014

This version was current for the period set out in the footer below.

The regulation was last amended by: M.R. 102/2011

ABROGÉ

Abrogé par R.M. 81/2014.
Date d'abrogation : 1er avril 2014

La présente version était à jour pendant la période indiquée en bas de page.

Dernière modification intégrée : R.M. 102/2011

THE LIQUOR CONTROL ACT
(C.C.S.M. c. L160)

Liquor Advertising Rules of Conduct Regulation

LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS
(c. L160 de la C.P.L.M.)

Règlement sur les règles de conduite en matière de publicité sur les boissons alcoolisées

Regulation 125/95
Registered August 21, 1995

Règlement 125/95
Date d'enregistrement : le 21 août 1995

TABLE OF CONTENTS

Section

PART 1
GENERAL PROVISIONS

1 Definitions
2 Basic principles
3 Permitted advertising
4 Prohibited advertising
5 Promotion of charitable events
6 Contests
7 Motorized vehicle events

PART 2
ADVERTISING BY MANUFACTURERS

8 Coupons
9 Inflatables
10 Miscellaneous

TABLE DES MATIÈRES

Article

PARTIE 1
DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1 Définitions
2 Principes de base
3 Annonces autorisées
4 Annonces interdites
5 Promotion d'événements de bienfaisance
6 Concours
7 Compétitions de véhicules motorisés

PARTIE 2
ANNONCES – FABRICANTS

8 Coupons
9 Objets gonflables
10 Dispositions diverses

PART 3
ADVERTISING BY LICENSEES

11 Permitted advertising by licensees
12 Prohibited advertising by licensees

PART 4
ADVERTISING BY SPECIALTY WINE STORES, LIQUOR VENDORS, DUTY FREE STORES, LIQUOR STORES

13 "Store" defined
14 Permitted advertising
15 Coupons
16 Educational seminars
17 Receptions
18 Charity functions

PART 5
REVIEW AND REPEAL

19 Review
20 Repeal

PARTIE 3
ANNONCES – TITULAIRES DE LICENCE

11 Annonces — titulaires de licence
12 Annonces interdites

PARTIE 4
ANNONCES – MAGASINS DE VINS DE SPÉCIALITÉ, VENDEURS D'ALCOOLS, BOUTIQUES HORS TAXES ET MAGASINS D'ALCOOLS

13 Définition de « magasin »
14 Annonces autorisées
15 Coupons
16 Séminaires d'information
17 Réceptions
18 Activités de bienfaisance

PARTIE 5
ÉTUDE ET ABROGATION

19 Étude
20 Abrogation

PART 1

GENERAL PROVISIONS

Definitions

1 In this regulation,

"**Act**" means *The Liquor Control Act;* (« *Loi* »)

"**advertisement**" means anything intended to promote the sale or consumption of liquor or awareness of a particular brand identification that is

(a) published in a newspaper or magazine,

(b) broadcast on radio or television, or

(c) displayed on a billboard, sign, poster, handbill or other item; (« annonce »)

PARTIE 1

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Définitions

1 Les définitions qui suivent s'appliquent au présent règlement.

« **annonce** » Toute chose visant à promouvoir la vente ou la consommation d'une boisson alcoolisée ou à faire connaître une marque :

a) qui est publiée dans un journal ou un magazine;

b) qui est diffusée à la radio ou à la télévision;

c) qui figure notamment sur un panneau-réclame, une enseigne, une affiche ou une circulaire. ("advertisement")

"**advertiser**" means

(a) a liquor manufacturer,

(b) an agent of a liquor manufacturer,

(c) the holder of a valid and subsisting licence,

(d) a specialty wine store,

(e) a duty free store,

(f) a liquor vendor, or

(g) the commission,

that is advertising a liquor product; (« annoncer»)

"**brand identification**" means the brand name of a particular liquor product; (« marque »)

"**brand logo**" means a graphic design representing a brand of alcoholic beverage and may take the form of a brand label; (« logo »)

"**brand slogan**" means an advertising statement that, through repetition, has become identified with a particular brand of spirits, beer, wine or cider; (« slogan »)

"**commission**" means The Liquor Control Commission; (« Société »)

"**coupon**" means a coupon

(a) issued by the commission, or

(b) issued by a mall association or liquor manufacturer as part of a promotional activity, where the promotional activity is sponsored by the issuer, redemption of the coupon or gift certificate is guaranteed by the issuer, and the commission is a participant in the promotional activity; (« coupon »)

"**licensee**" means the holder of a class of licence referred to in subsection 60(1) of the Act; (« titulaire de licence »)

« **annonceur** » Personne, établissement ou organisme figurant dans la liste ci-après et annonçant un produit alcoolisé :

a) fabricant de boissons alcoolisées;

b) représentant d'un fabricant de boissons alcoolisées;

c) titulaire d'une licence valide et en vigueur;

d) magasin de vins de spécialité;

e) boutique hors taxes;

f) vendeur d'alcools;

g) Société. ("advertiser")

« **coupon** » Coupon, selon le cas :

a) qu'émet la Société;

b) qu'émet une association de commerçants locale ou un fabricant de boissons alcoolisées dans le cadre d'une activité de promotion qu'elle ou qu'il commandite et à laquelle participe la Société, le rachat du coupon étant garanti par l'organisation ou la personne émettrice. ("coupon")

« **fabricant** » Fabricant de boissons alcoolisées. ("manufacturer")

« **logo** » Représentation graphique d'une marque de boisson alcoolisée pouvant prendre la forme d'une étiquette. ("brand logo")

« ***Loi*** » La *Loi sur la réglementation des alcools*. ("Act")

« **marque** » Nom commercial d'un produit alcoolisé particulier. ("brand identification")

« **publier** » S'entend notamment du fait d'exhiber, de montrer, de distribuer, d'imprimer, de radiodiffuser ou de télédiffuser. ("publish")

« **slogan** » Énoncé publicitaire qui, à force d'être répété, est associé à une marque particulière de spiritueux, de bière, de vin ou de cidre. ("brand slogan")

"**manufacturer**" means a liquor manufacturer; (« fabricant »)

"**publish**" includes exhibit, display, distribute, print or broadcast. (« publier »)

M.R. 102/2011

Basic principles

2 All advertisements shall comply with the following principles:

(a) any scene depicted in an advertisement must not be illegal under federal, provincial or municipal legislation, and must encourage the moderate and safe consumption of liquor;

(b) advertisements must be directed toward an audience estimated to consist of persons 18 years of age or older;

(c) advertisements shall not contain product endorsement by a well known personality with strong appeal to persons under the age of 18 years, or by a look-alike of such a personality;

(d) persons who may reasonably be mistaken to be under the age of 18 years shall not be depicted in advertisements;

(e) advertisements shall not use or imitate children's fairy tales, nursery rhymes, songs, fictional characters or caricatures that may appeal to children;

(f) advertisements shall be within the limits of good taste and propriety;

(g) advertisements shall not be sexist or sexually exploitive in nature;

(h) advertisements shall not either directly or indirectly imply that consumption of liquor enhances, affects, or is an essential element for the realization of, a desired lifestyle, personal performance, social acceptance or the resolution of social, physical or personal problems;

« **Société** » La Société des alcools. ("commission")

« **titulaire de licence** » Tout titulaire d'une catégorie de licence visée au paragraphe 60(1) de la *Loi*. ("licensee")

R.M. 102/2011

Principes de base

2 Les annonces doivent respecter les principes suivants :

a) les scènes que contient une annonce doivent respecter la législation fédérale, provinciale et municipale et encourager la modération et la prudence en matière de consommation de boissons alcoolisées;

b) les annonces doivent viser un public qu'on estime se composer de personnes d'au moins 18 ans;

c) il est interdit dans les annonces de recourir à une célébrité ou au sosie d'une célébrité qui exerce un grand attrait sur les personnes de moins de 18 ans pour faire la promotion de produits alcoolisés;

d) les personnes qui peuvent raisonnablement être prises pour des mineurs ne peuvent être représentées dans les annonces;

e) il est interdit dans les annonces d'utiliser ou de parodier des contes de fées, des comptines, des chansons, des personnages fictifs ou des caricatures qui peuvent présenter un intérêt pour les enfants;

f) les annonces doivent être de bon goût et respecter les convenances;

g) les annonces ne peuvent être de nature sexiste ni suggérer l'exploitation sexuelle;

h) les annonces ne peuvent laisser entendre, directement ou indirectement, que la consommation de boissons alcoolisées permet ou favorise la réalisation du mode de vie recherché, l'accomplissement personnel, l'assentiment collectif ou la résolution de problèmes sociaux, physiques ou personnels;

(i) advertisements shall not make any direct or implied claim of healthful, nutritive, curative, dietetic, stimulative or sedative qualities as being attributable to the consumption of liquor;

(j) advertisements shall not be associated with the driving of motorized vehicles, and motorized vehicles shall not appear in scenes where a liquor product is shown;

(k) advertisements shall not contain scenes in which liquor is actually being consumed.

Permitted advertising

3 When permitted under this regulation, advertising in accordance with the following provisions is permitted:

(a) an advertiser has discretion as to the length and frequency of radio and television advertisements, and the size and frequency of print advertisements;

(b) advertisements may be broadcast on radio or television during programs directed to an audience the majority of which is estimated to be of the age of 18 years or more;

(c) advertisements may be published in newspapers or magazines directed to a reading audience estimated to be of the age of 18 years or more;

(d) advertisements may appear in the interior of public ground transportation vehicles;

(e) advertisements may appear in the interior of buildings such as airports, bus terminals, duty free shops, licensed premises, licensed patio areas and shopping malls;

(f) advertisements may appear at occasional permit events;

(g) advertisements may appear in a movie theatre lobby during, or on the screen before or after, the presentation of movie films that are restricted to persons of the age of 18 years or more;

(h) advertisements may be displayed in licensed premises or elsewhere on the property on which the licensed premises are situated;

i) les annonces ne peuvent prétendre ni laisser entendre que les boissons alcoolisées ont des propriétés salutaires, nutritives, curatives, diététiques, stimulantes ou calmantes;

j) il est interdit dans les annonces d'associer la conduite de véhicules motorisés à des produits alcoolisés ou de montrer des véhicules motorisés dans des scènes dans lesquelles se trouve un produit alcoolisé;

k) les annonces ne peuvent contenir des scènes dans lesquelles sont consommées des boissons alcoolisées.

Annonces autorisées

3 Sous réserve des autres dispositions du présent règlement, sont autorisées :

a) les annonces parlées et écrites dont l'annonceur décide de la longueur et de la fréquence;

b) les annonces radiodiffusées ou télédiffusées pendant des émissions s'adressant à un public qu'on estime se composer en majorité de personnes d'au moins 18 ans;

c) les annonces publiées dans des journaux ou des magazines s'adressant à un public qu'on estime se composer de personnes d'au moins 18 ans;

d) les annonces affichées à l'intérieur des véhicules de transport en commun terrestre;

e) les annonces affichées à l'intérieur de bâtiments tels que aéroports, gares d'autobus, boutiques hors taxes, locaux et terrasses visés par une licence et centres commerciaux;

f) les annonces affichées à l'occasion de réceptions pour lesquelles est délivré un permis de circonstance;

g) les annonces affichées dans des halls de cinéma pendant la présentation de films réservés aux personnes d'au moins 18 ans ou montrées à l'écran avant ou après la présentation de ces films;

h) les annonces affichées dans des locaux visés par une licence ou ailleurs sur la propriété où se trouvent ces locaux;

(i) advertisements may be distributed to home consumers.

M.R. 102/2011

Prohibited advertising

4 The following types of advertising are prohibited, except as otherwise provided in this regulation:

(a) an advertisement using an outdoor sign, billboard or transit shelter, unless its purpose is to encourage moderation and responsibility in the use of liquor or to promote a socially or environmentally responsible message;

(b) the display of a liquor product in advertisements encouraging moderation or responsible use, or promoting of charitable events;

(c) advertisements on the exterior of motorized vehicles.

Promotion of charitable events

5 An advertiser, in conjunction with one or more licensees, may sponsor a brand or corporate identified charitable event promotion subject to the following conditions:

(a) all advertising must include equal reference in size and duration to the charity promoted and the brand or corporate identification;

(b) the charity promoted must be registered with Revenue Canada;

(c) only corporate or brand identification or brand slogans may be used in advertisements.

Contests

6 An advertiser may sponsor a brand or corporate identified contest that is conducted in accordance with the following conditions:

(a) all contestants must be 18 years of age or over;

i) les annonces distribuées au domicile des consommateurs.

R.M. 102/2011

Annonces interdites

4 Sauf disposition contraire du présent règlement, sont interdites :

a) les annonces figurant sur des enseignes extérieures, des panneaux-réclame ou des abribus, à moins qu'elles ne visent à encourager la modération et la prudence en matière de consommation de boissons alcoolisées ou qu'elles ne favorisent la responsabilité sociale ou environnementale;

b) la présentation de boissons alcoolisées dans des annonces visant à encourager la modération ou la prudence ou à faire la promotion d'événements de bienfaisance;

c) les annonces affichées sur l'extérieur de véhicules motorisés.

Promotion d'événements de bienfaisance

5 Les annonceurs, conjointement avec un ou plusieurs titulaires de licence, peuvent commanditer la promotion d'événements de bienfaisance associés à une marque de produit ou à la raison sociale d'un fabricant, sous réserve des conditions suivantes :

a) il doit être accordé autant d'importance à l'oeuvre de bienfaisance qui est l'objet de la promotion qu'à la marque du produit ou la raison sociale du fabricant, tant au niveau de la taille que de la durée des annonces;

b) l'oeuvre de bienfaisance qui est l'objet de la promotion doit être enregistrée auprès de Revenu Canada;

c) il n'est permis d'utiliser que la raison sociale, la marque ou le slogan dans les annonces.

Concours

6 Les annonceurs peuvent commanditer des concours associés à une marque de produit ou à la raison sociale d'un fabricant, pourvu que soient respectées les conditions suivantes :

a) les concurrents doivent être âgés d'au moins 18 ans;

(b) the contest must be legal in accordance with all federal, provincial and municipal legislation;

(c) the prize or prizes offered must be within the limits of good taste and propriety;

(d) contest rules must state that the commission is not connected with the contest in any manner whatsoever and is not liable in any way whatsoever with respect to any matter relating to the contest;

(e) contests conducted in liquor stores or on the premises of liquor vendors must be approved by the commission;

(f) a prize of liquor is prohibited.

Motorized vehicle events

7 An advertiser may sponsor a brand or corporate identified event involving motorized vehicles, subject to the following conditions:

(a) if the event involves racing motorized vehicles or the demonstration of the power of motorized vehicles, the event must be sanctioned by a bona fide racing association or other appropriate registered motorized vehicle association;

(b) an association referred to in clause (a) must hold public liability insurance and provide satisfactory assurance of the calibre of drivers involved;

(c) promotional material or advertisements for the event must include a "responsible use" message with respect to drinking and driving.

PART 2

ADVERTISING BY MANUFACTURERS

Coupons

8(1) Coupons issued by a manufacturer may be offered to customers at point of sale.

b) le concours doit respecter la législation fédérale, provinciale et municipale;

c) les prix offerts doivent être de bon goût et respecter les convenances;

d) les règles du concours doivent préciser que la Société n'a rien à faire avec le concours et qu'elle n'en assume aucune responsabilité;

e) les concours tenus dans les magasins d'alcools ou dans les locaux de vendeurs d'alcools doivent être approuvés par la Société;

f) il est interdit d'offrir des boissons alcoolisées comme prix.

Compétitions de véhicules motorisés

7 Les annonceurs peuvent commanditer des compétitions de véhicules motorisés associées à une marque de produit ou à la raison sociale d'un fabricant, sous réserve des conditions suivantes :

a) si elles consistent en des courses de véhicules motorisés ou en des démonstrations de la puissance de tels véhicules, les compétitions doivent être autorisées par une association de course de bonne foi ou toute autre association de véhicules motorisés enregistrée compétente;

b) les associations visées à l'alinéa a) doivent détenir une assurance-responsabilité civile et fournir une garantie satisfaisante en ce qui a trait au calibre des conducteurs participants;

c) le matériel promotionnel ou les annonces ayant rapport aux compétitions doivent contenir un message sur la consommation responsable en ce qui concerne l'alcool au volant.

PARTIE 2

ANNONCES – FABRICANTS

Coupons

8(1) Il est permis, au point de vente, d'offrir des coupons émis par les fabricants.

8(2) Coupons issued by a manufacturer that entitle customers to a refund or discount off the selling price of a non-alcoholic product may be offered at the point of sale of the liquor, or on a liquor package, or on a non-alcoholic product package.

Inflatables

9 Brand identified inflatables of a manufacturer, such as inflatables in the form of bottles or cans, may be displayed outdoors at significant promotional or sponsored events, but may not be displayed in the area of or adjacent to a school or house of worship.

Miscellaneous

10(1) Manufacturers may not provide licensees with financial subsidies of any kind.

10(2) A manufacturer may donate corporate identified scholarships, bursaries and scholastic prizes.

10(3) A manufacturer may place a public service message on packages where the message supports a charitable or cultural cause.

10(4) A manufacturer may distribute sales aids with a minimal value, such as bottle openers, sponges, cigarette lighters and hats to the general public or licensees.

10(5) Brand identified products of a manufacturer may be sold.

10(6) Corporate or brand identified sales promotional material of a manufacturer, such as signs, name tags, score sheets, official badges and start and finish signs may be displayed at promotional events sponsored by the manufacturer.

10(7) A manufacturer may provide prizes and awards for achievements in bona fide competitions at brand identified promotional or entertainment events.

8(2) Il est permis, au point de vente de boissons alcoolisées ou sur l'emballage de boissons alcoolisées ou non alcoolisées, d'offrir des coupons émis par les fabricants et donnant droit à un remboursement du prix de vente de produits non alcoolisés ou à un rabais.

Objets gonflables

9 Il est permis d'exposer à l'extérieur, à l'occasion d'événements promotionnels ou commandités importants, des objets gonflables, notamment des objets en forme de bouteille ou de canette, qui portent la marque d'un produit du fabricant. Il est toutefois interdit de les exposer dans une zone où se trouve une école ou un lieu de culte ou dans une zone adjacente.

Dispositions diverses

10(1) Il est interdit aux fabricants d'accorder des subventions aux titulaires de licence.

10(2) Les fabricants peuvent faire don de bourses d'études au mérite, de bourses d'études ou de prix scolaires faisant mention de leur raison sociale.

10(3) Il est permis aux fabricants de placer sur les emballages un message d'intérêt public pour appuyer des causes culturelles ou charitables.

10(4) Les fabricants peuvent distribuer au grand public ou aux titulaires de licence du matériel promotionnel d'une valeur minimale tel que des décapsuleurs, des éponges, des briquets et des chapeaux.

10(5) Il est permis de vendre des produits portant la marque de leur fabricant.

10(6) Il est permis aux fabricants d'exposer aux événements qu'ils commanditent du matériel promotionnel, notamment des enseignes, des insignes d'identité, des feuilles de pointage, des macarons officiels et des panneaux de départ et d'arrivéee portant la marque de l'un de leurs produits ou leur raison sociale.

10(7) Les fabricants peuvent fournir des prix et des récompenses dans le cadre de compétitions authentiques tenues à l'occasion d'événements promotionnels ou de spectacles associés à la marque de l'un de leurs produits.

10(8) A manufacturer shall ensure that its radio and television advertisements are in compliance with the requirements of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission.

10(9) Unlisted or special order products shall not be advertised by a manufacturer unless authorized by the commission.

10(10) An outdoor advertisement may appear on the plant or premises where liquor is manufactured.

10(11) An advertisement on a manufacturer's trucks and other vehicles is permitted but, insofar as it advertises liquor, is restricted to the manufacturer's corporate name and corporate logo and the brand name and brand slogan of the manufacturer's products.

10(8) Les fabricants doivent veiller à ce que leurs annonces radiophoniques et télévisées soient conformes aux exigences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

10(9) Il est interdit aux fabricants d'annoncer, sans l'autorisation de la Société, des produits ne figurant pas dans un catalogue ou faisant l'objet d'une commande spéciale.

10(10) Il est permis d'afficher des annonces sur les murs extérieurs des usines ou des installations où sont fabriquées les boissons alcoolisées.

10(11) Il est permis de placer des annonces sur les camions du fabricant ou tout autre véhicule. Cependant, les annonces qui portent sur des boissons alcoolisées ne doivent indiquer que la raison sociale et le logo du fabricant ainsi que la marque et le slogan de ses produits.

PART 3

ADVERTISING BY LICENSEES

Advertising by licensees

11(1) A licensee may use any means of advertisement to inform the public of the name and location of the licensed premises, the licences held by the licensee and the services offered by the licensee, but a licensee may not advertise any brand of liquor or the price of liquor in the licensed premises, except as permitted under this section.

M.R. 102/2011

11(2) Unless prohibited from doing so due to a licence term or condition, a licensee may advertise the brands and products sold by the licensee and the price of products sold in the licensed premises through the use of

(a) signs, posters or other items in the licensed premises;

(b) signs or posters on the exterior of the licensed premises;

PARTIE 3

ANNONCES – TITULAIRES DE LICENCE

Annonces — titulaires de licence

11(1) Les titulaires de licence peuvent utiliser tout type d'annonce pour informer le public du nom et de l'emplacement de leurs locaux visés par une licence, des licences qui leur ont été délivrées et des services qu'ils offrent. Sous réserve des autres dispositions du présent article, il leur est interdit d'annoncer une marque de boisson alcoolisée ou le prix de boissons alcoolisées dans les locaux visés par une licence.

R.M. 102/2011

11(2) Sous réserve des conditions de leurs licences, les titulaires de licences peuvent avoir recours aux supports publicitaires indiqués ci-dessous pour annoncer les marques et les produits qu'ils vendent dans leurs locaux ainsi que les prix de ceux-ci :

a) des enseignes, des affiches ou d'autres articles se trouvant dans les locaux visés par une licence;

b) des enseignes ou des affiches se trouvant sur l'extérieur des locaux visés par une licence;

(c) signs, posters, billboards or other items on the parking lot of the licensed premises or elsewhere on the property on which the licensed premises are situated; and

(d) signs or posters located in a shopping mall, in the case of licensed premises in the shopping mall in question.

M.R. 102/2011

c) des enseignes, des affiches, des panneaux-réclame ou d'autres articles se trouvant dans le stationnement des locaux visés par une licence ou ailleurs sur la propriété où sont situés ces locaux;

d) des enseignes ou des affiches se trouvant dans un centre commercial pourvu que les locaux visés par une licence soient situés dans le centre en question.

R.M. 102/2011

11(2.1) The holder of a manufacturer's licence who also holds a retail licence and operates a visitors' centre at the licensed retail premises that provides the public with information about the products manufactured by the licensee may use billboards that are not located on the property on which the licensed retail premises are located to advertise

(a) the visitors' centre operated by the licensee; and

(b) the products manufactured by the licensee, but not the selling price of any product.

M.R. 102/2011

11(2.1) Les personnes qui sont titulaires d'une licence de fabricant ainsi que d'une licence de vente au détail et qui exploitent un centre d'accueil des visiteurs où l'on fournit des renseignements sur les produits fabriqués dans les locaux visés par la licence de vente au détail peuvent avoir recours à des panneaux-réclame qui ne sont pas situés sur la propriété où se trouvent ces locaux pour annoncer :

a) le centre d'accueil des visiteurs;

b) les produits fabriqués, mais non les prix de vente.

R.M. 102/2011

11(3) Repealed.

M.R. 102/2011

11(3) Abrogé.

R.M. 102/2011

11(4) A licensee may advertise an all-inclusive package that includes liquor in the price, such as "Mother's Day Special" and "Champagne Brunch", provided food is the primary element of the promotion, and substitution of non-alcoholic products or reduced prices should be offered for persons not wanting an alcoholic beverage.

11(4) Les titulaires de licence peuvent annoncer des forfaits comprenant les boissons alcoolisées, tels que « Spécial fête des Mères » et « Brunch champagne » pour autant que la nourriture soit l'élément principal de la promotion. Ils devraient également permettre aux personnes qui ne veulent pas de boissons alcoolisées de remplacer celles-ci par des boissons non alcoolisées ou offrir une réduction sur le prix.

11(5) A private club may advertise a function to its members and guests if the restricted admittance is clearly indicated in the advertisement.

11(5) Les clubs privés peuvent annoncer des réceptions à leurs membres et à leurs invités en mentionnant clairement que l'accès est limité.

11(6) Repealed.

M.R. 102/2011

11(6) Abrogé.

R.M. 102/2011

11(7) A licensee holding a retail beer vendor licence may advertise a beer delivery service for occasional permits.

11(7) Les titulaires de licence de vente de bière au détail peuvent annoncer un service de livraison de bière relativement aux permis de circonstance.

11(8) A licensee may advertise a telephone number that the public may call to secure more specialized information respecting promotions on the premises.

12(1) Repealed.

M.R. 102/2011

12(2) A licensee may not make reference to liquor in an advertisement to be broadcast on radio or television.

11(8) Les titulaires de licence peuvent annoncer un numéro de téléphone que le public peut composer pour obtenir des renseignements plus détaillés sur les promotions offertes sur les lieux.

12(1) Abrogé.

R.M. 102/2011

12(2) Les titulaires de licence ne peuvent faire mention de boissons alcoolisées dans les annonces destinées à la radio ou à la télévision.

PART 4

ADVERTISING BY SPECIALTY WINE STORES, LIQUOR VENDORS, DUTY FREE STORES, LIQUOR STORES

"Store" defined
13 In this Part, "**store**" means a specialty wine store, a liquor vendor, a duty free store and a liquor store.

Permitted advertising
14(1) An advertisement by a store may include the name of the store, its location and hours of operation, and reference to products available, including sizes, prices, sampling activities and services provided.

14(2) An advertisement by a store permitted under this Part may appear indoors or outdoors and, where it appears outdoors, may be displayed

(a) on the exterior of the store;

(b) on a sign in the parking lot of the store, whether or not the sign is free standing; or

(c) in a shopping mall in which the store is located.

Coupons
15(1) Coupons providing for a refund or discount may be offered to customers at point of sale.

PARTIE 4

ANNONCES – MAGASINS DE VINS DE SPÉCIALITÉ, VENDEURS D'ALCOOLS, BOUTIQUES HORS TAXES ET MAGASINS D'ALCOOLS

Définition de « magasin »
13 Pour l'application de la présente partie, sont assimilés aux « **magasins** » les magasins de vins de spécialité, les vendeurs d'alcools, les boutiques hors taxes et les magasins d'alcools.

Annonces autorisées
14(1) Les annonces d'un magasin peuvent mentionner le nom du magasin, son emplacement et ses heures d'ouverture ainsi que les produits offerts, y compris les formats, les prix, les dégustations en magasin et les services fournis.

14(2) Les annonces d'un magasin autorisées en vertu de la présente partie peuvent être placées à l'intérieur ou à l'extérieur. Dans ce dernier cas, elles peuvent être affichées, selon le cas :

a) à l'extérieur du magasin;

b) sur un panneau, qu'il soit sur pied ou non, situé dans le stationnement du magasin;

c) dans le centre commercial où se trouvent les locaux visés par la licence.

Coupons
15(1) Il est permis d'offrir aux clients, au point de vente, des coupons de remboursement ou de rabais.

15(2) Coupons entitling customers to a refund or discount off a related non-alcoholic product may be offered at the point of sale of the liquor, on a liquor package, or on a non-alcoholic product package.

Educational seminars

16(1) Educational seminars may be presented on store premises by store personnel.

16(2) Fees may be charged to cover tuition and the cost of wines and foods used in seminars offered under subsection (1).

Receptions

17 Receptions for business purposes on store premises are permitted on special occasions, subject to the following conditions:

(a) receptions are to be held at a time during which the store is not open to the public;

(b) a sign must be posted on the door, reading "Closed to the Public" or the equivalent;

(c) attendance at receptions must be by invitation only;

(d) occasional permits are not required for no-sale receptions, except if a specialty wine store operator uses liquor other than wine;

(e) sale occasional permits will not be issued to the operator of a store.

Charity functions

18(1) Specialty wine stores may donate wines, designated by the commission as a rare or expensive product, at a reduced price to an association, society or organization authorized under *The Charities Endorsement Act* to conduct an auction for a charitable purpose.

18(2) The organizers of a charity function held under subsection (1) are required to obtain the appropriate special permit for the function.

15(2) Il est permis, au point de vente de boissons alcoolisées ou sur l'emballage de boissons alcoolisées ou non alcoolisées, d'offrir des coupons donnant droit à un remboursement ou à un rabais sur un produit non alcoolisé.

Séminaires d'information

16(1) Les employés peuvent présenter des séminaires d'information dans les magasins où ils travaillent.

16(2) Des droits peuvent être exigés pour couvrir les frais de cours ainsi que le prix du vin et de la nourriture utilisés pendant les séminaires visés au paragraphe (1).

Réceptions

17 Il est permis de donner des réceptions d'affaires dans les magasins à des occasions spéciales, sous réserve des conditions suivantes :

a) les réceptions doivent avoir lieu à des heures où les magasins ne sont pas ouverts au public;

b) une enseigne portant la mention « Fermé au public » ou une mention équivalente doit être affichée sur la porte;

c) seules les personnes ayant reçu une invitation peuvent être présentes aux réceptions;

d) il n'est pas nécessaire de détenir un permis de circonstance pour les réceptions où il n'y a pas de vente de produits, à moins que les exploitants de magasins de vins de spécialité n'utilisent des boissons alcoolisées autres que du vin;

e) les exploitants de magasin ne peuvent obtenir de permis de vente de circonstance.

Activités de bienfaisance

18(1) Les magasins de vins de spécialité peuvent vendre du vin, que la Société qualifie de produit rare ou dispendieux, à un prix réduit à une association, une société ou une organisation autorisée en vertu de la *Loi sur la validation des oeuvres de charité* à mener une vente aux enchères à des fins de bienfaisance.

18(2) Les organisateurs d'une activité de bienfaisance tenue en vertu du paragraphe (1) doivent obtenir le permis spécial approprié pour l'activité en question.

18(3) Wines specially ordered by a specialty wine store for a charity function held under subsection (1) shall be priced according to the regular commission pricing formula, including the full commission mark-up and the specialty wine store discount.

18(3) Le prix des vins spécialement commandés par un magasin de vins de spécialité pour une activité de bienfaisance tenue en vertu du paragraphe (1) est fixé selon la formule de fixation des prix habituelle de la Société et comprend la majoration de la Société et le rabais du magasin de vins de spécialité.

PART 5

REVIEW AND REPEAL

Review
19 Not later than August 1, 2000, the commission shall

(a) review the effectiveness of the operation of this regulation including consulting with such persons affected by it as the commission considers appropriate; and

(b) make a determination that the regulation be continued or take the steps necessary to amend or repeal the regulation.

Repeal
20 The *Advertising of Licensed Premises and Liquor Regulation*, Manitoba Regulation 526/88 R, is repealed.

PARTIE 5

ÉTUDE ET ABROGATION

Étude
19 Au plus rard le 1er août 2000, la Société :

a) évalue l'efficacité du présent règlement, sollicitant au besoin l'avis de personnes touchées par le règlement et qu'elle juge indiqué de consulter;

b) décide de proroger le règlement ou prend les mesures nécessaires puour le modifier ou l'abroger.

Abrogation
19 Le *Règlement sur la publicité relative aux locaux visés par une licence et aux boissons alcoolisées*, R.M. 526/88 R, est abrogé.

July 20, 1995

THE LIQUOR CONTROL COMMISSION:

Grant Holmes
Chairperson

Le président,
SOCIÉTÉ DES ALCOOLS

Le 20 juillet 1995

Grant Holmes