

TOPO



LES SYNTHÈSES DE L'ÉQUIPE NUTRITION • ACTIVITÉ PHYSIQUE • POIDS

NUMÉRO 3 • AVRIL 2012

Dans ce numéro

Pourquoi taxer les boissons sucrées ?

La taxation est-elle une mesure plus efficace pour générer des revenus ou pour modifier les comportements alimentaires ?

Quels sont les enjeux économiques associés à la taxation des boissons sucrées ?

Qu'est-ce que topo ?

La collection TOPO est produite par l'équipe multidisciplinaire Nutrition, activité physique et prévention des problèmes reliés au poids (NAPP)¹ de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPO). La collection diffuse des connaissances de nature à éclairer les choix des praticiens et décideurs engagés dans la prévention des problèmes reliés au poids. Chaque numéro se penche sur un thème et conjugue une analyse critique de la littérature scientifique pertinente avec des observations ou des illustrations pouvant contribuer à l'application de ces connaissances dans le contexte québécois.

Taxation des boissons sucrées : perspective économique

La taxation des produits alimentaires, comme les boissons sucrées, représente un des moyens envisagés pour modifier les comportements alimentaires et ainsi contribuer à l'amélioration de l'état de santé de la population. Pourtant, peu de travaux empiriques ont été effectués sur la question d'utiliser une mesure fiscale à des fins de prévention de l'obésité et des maladies chroniques. Alors que la majorité des experts reconnaissent la nécessité de mettre en place des interventions visant à diminuer la consommation de boissons sucrées au Québec, plusieurs se questionnent à savoir si la taxe est un des meilleurs outils pour atteindre cet objectif. Les sciences économiques offrent alors une perspective intéressante pour porter un regard critique sur la mise en place de ce type de mesures. C'est dans cette optique que l'équipe de rédaction TOPO a choisi de faire le point sur quelques principes économiques qui peuvent aider les praticiens de santé publique à y voir plus clair.

L'objectif de ce TOPO n'est donc pas de prendre position sur cette question d'actualité, mais bien d'intégrer certaines considérations économiques dans une réflexion de santé publique sur la pertinence de mettre en place une taxe visant les boissons sucrées.

¹ L'équipe NAPP est chargée de développer une expertise sur la problématique du poids, afin de soutenir l'action du réseau de la santé en la matière. L'équipe NAPP est rattachée à l'unité Habitudes de vie, au sein de la Direction du développement des individus et des communautés de l'INSPO.

Pourquoi taxer les boissons sucrées ?

LA CONSOMMATION DE BOISSONS SUCRÉES POSE UN RISQUE POUR LA SANTÉ

Les scientifiques ont plusieurs raisons de croire que la consommation de ces produits peut entraîner des effets néfastes pour la santé à l'échelle de la population. Par exemple, plusieurs études américaines ont identifié une association entre la consommation de boissons sucrées et un gain de poids subséquent, ce qui suggère qu'une consommation élevée de ces boissons pourrait augmenter les risques d'obésité⁽¹⁾. Une plus forte consommation de boissons gazeuses est aussi liée à une plus faible consommation de lait, de même qu'avec des apports moindres en divers éléments nutritifs, dont le calcium⁽²⁾. La consommation de boissons sucrées a également été associée à un risque augmenté de diabète de type 2, de maladies cardiovasculaires, et du syndrome métabolique, et ce, indépendamment de l'obésité⁽³⁾. Toutefois, la relation de cause à effet entre la consommation de boissons sucrées et l'incidence des maladies chroniques n'est pas encore scientifiquement démontrée.

Et le sirop de maïs dans tout ça ?

L'industrie agroalimentaire nord-américaine utilise en très grande majorité du sirop de maïs à haute teneur en fructose comme édulcorant dans les boissons gazeuses. Des préoccupations ont été manifestées selon lesquelles cet agent sucrant puisse contribuer aux conséquences négatives (ex. résistance à l'insuline, obésité) parfois associées à la consommation des boissons gazeuses. Toutefois, les connaissances actuelles ne permettraient pas de conclure à un impact négatif plus important de la consommation de sirop de maïs que le sucre sur les risques métaboliques, cardiovasculaires et de surpoids⁽⁴⁾.

LES BOISSONS SUCRÉES OCCUPENT UNE PLACE CONSIDÉRABLE DANS L'ALIMENTATION DES QUÉBÉCOIS

Une enquête de 2004 rapporte que 38 % des adultes québécois avaient consommé des boissons gazeuses le jour précédant l'enquête⁽⁵⁾. Même chez les tout-petits, la consommation de boissons sucrées s'avère préoccupante. Une enquête effectuée en 2002 a révélé que 20 % des enfants de quatre ans consommaient des boissons sucrées sur une base quotidienne⁽⁶⁾.

La taxation est-elle une mesure plus efficace pour générer des revenus ou pour modifier les comportements alimentaires ?

LA TAXATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES AU QUÉBEC

Dans les pays dits industrialisés, il n'est pas rare pour les consommateurs d'avoir à défrayer une taxe lorsqu'ils se procurent des produits alimentaires. Au Québec, par exemple, la plupart des produits de base (par ex. : les fruits, les légumes, les produits laitiers...) sont détaxés contrairement à la majorité des produits transformés. Les boissons sucrées sont donc normalement assujetties aux taxes de vente fédérale et provinciale, à l'exception des emballages de 600 ml ou plus de boissons aux fruits contenant 25 % ou plus de jus de fruits naturel. Le mécanisme derrière la mise en place d'une mesure fiscale varie d'un pays à un autre, tout comme la législation entourant les aliments. Ainsi, dans certaines juridictions, les aliments achetés aux restaurants ne sont pas assujettis au même niveau de taxe que les mêmes produits achetés au supermarché.

À travers le monde, la modulation des taxes sur l'alimentation peut prendre plusieurs formes : tel un montant fixe par contenant vendu (1 \$ par bouteille), une taxe basée sur un pourcentage de la valeur d'un produit (5 % du prix de vente) ou sur la teneur d'un de ses ingrédients (,05 \$ par gramme de sucre). Dans le domaine de l'alimentation, la mise en place d'une intervention sur le prix des ingrédients est plus exigeante en termes de documentation, d'implantation et de contrôle que la mise en place d'une intervention sur le prix des aliments. Les experts ne privilégient pas cette option, car cette avenue serait politiquement impraticable d'un point de vue législatif aux yeux de plusieurs⁽⁷⁻⁸⁾.

Définir la notion de « boisson sucrée » n'est pas un exercice simple

Il n'y a pas de consensus chez les experts concernant la définition des produits qui doivent faire partie de la catégorie des boissons sucrées. Certains vont y inclure les boissons diètes, d'autres les boissons énergisantes alors que de nombreux travaux vont seulement considérer les boissons gazeuses. Pour les besoins de ce TOPO, nous avons choisi de considérer toutes les boissons dont les premiers ingrédients sont de l'eau et des sucres ajoutés, car les évidences scientifiques concernant l'impact sur la santé des boissons caloriques sont plus robustes. D'un point de vue législatif, la notion de boisson sucrée ne fait pas l'objet d'une définition formelle dans les lois québécoises contrairement aux « boissons gazeuses » qui ont été définies comme une eau *gazéifiée additionnée d'une essence ou d'un sirop*⁽⁹⁾.

LA TAXATION PEUT RÉPONDRE À DIFFÉRENTS OBJECTIFS

Les mesures comme les taxes visent à modifier les prix afin d'influencer les choix des consommateurs, à générer des revenus afin de financer les activités de l'État ou, dans le cas d'une taxe dédiée, à financer un projet, programme ou politique en particulier. Ultimement, ces mesures peuvent être prises en charge par le consommateur directement (par exemple : taxe de vente, consigne) ou en amont, par un embouteilleur, distributeur ou importateur (par exemple : taxe d'accise).

- Le montant idéal d'une taxe est lié à son objectif, car son effet dépendra de l'importance de la taxe et de la réaction des consommateurs aux changements de prix.
- Si une taxe dédiée est mise en place pour financer un projet, une modification trop importante des prix pourrait au final, diminuer les ventes des produits taxés et du même coup limiter l'efficacité de la mesure comme source de financement.
- Si une taxe a comme objectif d'influencer les choix alimentaires des consommateurs, une modification trop modeste des prix pourrait n'avoir aucun impact significatif à l'échelle de la population.

En raison du contexte de précarité économique qui influence l'état actuel des finances publiques, il ne faudrait pas se surprendre que la mise en place d'une taxe sur les boissons sucrées doive répondre avant tout à l'objectif de générer des revenus afin de financer les activités de l'État. Il sera alors difficile d'utiliser cette mesure pour agir sur les comportements alimentaires de la population sans influencer à la baisse les revenus de financement. La mise en place d'une taxe dédiée au financement de programmes de promotion des saines habitudes de vie peut alors être perçue comme un compromis acceptable entre les intérêts du ministère des Finances et les préoccupations concernant la santé de la population des experts de santé publique.

L'EFFICACITÉ DES TAXES SUR LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES NE FAIT PAS L'UNANIMITÉ

À l'échelle de la population, une taxe d'envergure nationale sur les boissons sucrées aurait peu d'influence sur la consommation de ces produits⁽¹⁰⁻¹²⁾, contrairement aux taxes mises en place pour générer des fonds publics qui ont déjà fait leur preuve⁽⁷⁾. Ces résultats ne sont pas surprenants, car les chercheurs se sont surtout penchés sur la mise en place de taxes de moins de 20 % et que les initiatives les plus récentes n'ont pas encore été évaluées. Contrairement aux mesures fiscales touchant le secteur du tabac ou des produits alcoolisés, la mise en place d'une taxe de petite envergure est l'initiative la plus étudiée, car selon l'analyse des experts, cette initiative pourrait même, si elle est dédiée à des programmes de santé publique, être encouragée par les consommateurs⁽⁷⁾.

Les mesures économiques qui semblent avoir le meilleur potentiel pour influencer l'alimentation de la population sont les interventions sur les prix mises en place dans des milieux fermés⁽¹³⁻¹⁴⁾. Une politique de prix où l'eau est beaucoup moins chère que les boissons sucrées dans les machines distributrices d'un aréna est un exemple de mesure prometteuse pour diminuer les ventes de boissons sucrées dans ce milieu. Bien qu'encourageant, ces résultats ne sont pas suffisants pour statuer de l'efficacité d'une taxe à grande échelle sur la consommation ou le poids de la population. Par exemple, il est difficile de savoir si une proportion significative de la population sera touchée par une mesure dans les aréna ou si les consommateurs ne compenseront pas en achetant leurs boissons sucrées à l'extérieur.

L'EFFET D'UNE TAXE PEUT VARIER SELON LES GROUPES DE LA POPULATION

Les travaux économiques traitant de la thématique de la taxation des boissons sucrées sont souvent basés exclusivement sur des techniques de modélisation mathématique. Les prévisions qui y sont associées peuvent donc difficilement tenir compte de la complexité et des particularités associées aux différents groupes qui seront touchés par une taxe, comme les consommateurs, les jeunes ou les ménages défavorisés. Par exemple, plusieurs études montrent qu'il semble réaliste d'anticiper des effets positifs d'une taxe sur la consommation de boissons sucrées chez certains groupes. Les grands buveurs de boissons gazeuses auraient une réponse plus grande aux modifications du prix de ces produits que les buveurs légers. Les scénarios proposés par Gustavsen⁽¹⁵⁾ montrent qu'une taxe pourrait entraîner une diminution maximum de 2 litres de la consommation annuelle de boissons gazeuses chez les buveurs modérés et de 74 litres chez les très grands buveurs.

Quels sont les enjeux économiques associés à la taxation des boissons sucrées ?

LE PRIX N'EST PAS LA SEULE VARIABLE QUI INFLUENCE LES CHOIX DES CONSOMMATEURS

En théorie, l'objectif derrière l'évaluation d'impact d'une taxe n'est pas seulement de montrer que les consommateurs sont sensibles aux changements de prix des boissons sucrées, mais plutôt d'analyser la taxation comme une mesure permettant de modifier significativement l'alimentation ou le poids de la population. Cette distinction est importante, car la réaction des consommateurs québécois aux changements de prix des boissons sucrées n'est pas très bien documentée.

- Si une taxe sur les boissons sucrées est mise en place, il demeure possible que les consommateurs continuent tout de même d'acheter ces produits, notamment si cette dépense ne vient pas gruger une part importante de leur revenu disponible.
- Les consommateurs ne vont pas nécessairement remplacer les boissons sucrées qu'ils consomment déjà par des produits plus nutritifs, notamment s'ils les substituent par une même quantité de boissons diètes.
- Certains groupes de consommateurs pourraient aussi amortir le coût d'une taxe visant les boissons sucrées en réduisant leurs autres postes de dépenses alimentaires.

Par ailleurs, le prix n'est pas la seule variable qui oriente le choix des consommateurs vers les boissons sucrées. L'effet du marketing, de l'emballage ou de l'emplacement de ces produits dans les commerces doit aussi être évalué et documenté.

IL FAUT TENIR COMPTE DE L'EFFET DE LA SUBSTITUTION ET DES COMPLÉMENTS

Les différents types de boissons sucrées sont des produits qui se ressemblent en termes de qualité nutritionnelle, de goût et d'emballage. Ce sont des produits facilement interchangeables pour les consommateurs. Ces substituts se retrouvent entre les catégories de produits (boisson aux fruits c. boisson sportive c. boisson gazeuse), entre les produits d'une même catégorie (boisson régulière c. boisson diète) ou entre les marques d'un même segment (marque nationale c. marque maison). Lorsque plusieurs substituts d'une même gamme de produits sont présents, la demande pour ces produits tend généralement à être élastique. Ainsi, l'augmentation du prix d'un type de boissons (par exemple : les boissons gazeuses) aura théoriquement un effet positif sur les ventes des autres types de boissons sucrées minimisant du même coup les retombées sur la santé de la population liées à cette intervention⁽¹⁶⁾.

- La réaction des consommateurs aux changements de prix est liée à l'élasticité prix de la demande.
- Si une taxe dédiée est mise en place pour financer un projet, elle doit être mise en place sur un produit ou un groupe de produits dont la demande tend à être inélastique, car le succès de la mesure dépend du maintien et de la stabilité des achats.
- Si une taxe a comme objectif d'influencer les choix alimentaires des consommateurs, elle doit être mise en place sur un produit ou un groupe de produits dont la demande tend à être élastique, car le succès de la mesure dépend de la diminution des achats.

L'élasticité prix de la demande c'est :

L'élasticité prix d'un produit se mesure en regardant la variation dans le volume des ventes lorsque le prix de ce dernier varie. Lorsque la demande tend à être élastique, une légère augmentation du prix provoque une forte diminution des achats. À l'opposée, la demande tend à être inélastique lorsqu'une forte augmentation du prix se traduit par une légère diminution des achats⁽¹⁷⁾. L'élasticité prix de la demande peut être mesurée à l'échelle agrégée (pour tous les aliments), d'une catégorie de produits (par exemple : l'ensemble des boissons sucrées) ou d'un produit (par exemple : le cola diète). Cette distinction est importante, car la demande pour un type de boissons sucrées tend à être élastique, tandis que la demande pour l'ensemble des boissons sucrées l'est généralement beaucoup moins.

Pour contrecarrer cet effet régressif, le gouvernement pourrait tout de même s'engager à redistribuer une partie des revenus de taxation dans des initiatives visant, par exemple, l'alimentation des groupes défavorisés. Dans le cas présent, le peu de données québécoises précisant l'impact des boissons sucrées sur la santé permet difficilement de soutenir les calculs nécessaires à l'établissement d'un seuil monétaire où la redistribution viendrait contrecarrer les effets régressifs associés à la mise en place d'une nouvelle taxe.

Dans un même ordre d'idée, en plus des jeux de substitution, les habitudes de consommation alimentaires sont aussi soumises à l'influence des compléments, c'est-à-dire que les produits alimentaires ne sont pas souvent consommés seuls. Les boissons sucrées, qu'elles soient diètes ou non, sont d'ailleurs susceptibles d'avoir plusieurs compléments. Ainsi, il y a lieu de s'interroger sur l'impact de la consommation de boissons sucrées sur l'achat d'autres produits alimentaires peu nutritifs, comme les croustilles ou d'autres aliments frits. Par exemple, les travaux de Tefft⁽¹⁸⁾ ont montré que la mise en place d'une taxe sur les boissons gazeuses permettrait aussi d'influencer à la baisse les dépenses en grignotines des consommateurs américains. La réflexion inverse est aussi pertinente, car une entreprise commercialisant à la fois des boissons gazeuses et des croustilles pourrait contrecarrer les effets d'une taxe visant les boissons sucrées en initiant une campagne de promotion pour mousser les ventes de ses croustilles.

LA TAXATION EST UNE MESURE QUI DEMEURE RÉGRESSIVE

Pour évaluer l'efficacité globale d'une mesure comme une taxe, il est aussi nécessaire de tenir compte de son impact sur les groupes défavorisés pour ne pas, au final, augmenter leur fardeau avec de bonnes intentions. Que l'on parle de l'accroissement d'une taxe de vente sur les aliments ou de la mise en place d'une nouvelle taxe d'accise, ces formes d'impôts indirects peuvent s'avérer inéquitables. Ces interventions sont ultimement payées par tous, sans distinction de revenu, et elles ne tiennent pas compte du fait que les consommateurs issus d'un milieu économiquement défavorisé consacrent une part plus importante de leur revenu à l'alimentation que les familles plus aisées. Les taxes sont des mesures régressives parce qu'elles touchent davantage les groupes défavorisés, à moins que l'on puisse démontrer que les produits en cause sont consommés majoritairement par les mieux nantis de la société⁽¹⁹⁾.

Conclusion

Bien entendu, il n'existe pas une seule mesure qui soit suffisante pour stabiliser la croissance de l'excès de poids dans la population québécoise, tout comme les évaluations économiques ne sont pas les seules données pertinentes lorsque vient le temps de choisir une stratégie de promotion des saines habitudes de vie. Tous les experts reconnaissent que c'est la combinaison de plusieurs interventions sanitaires, politiques, réglementaires et économiques qui offre la meilleure chance de succès pour améliorer les habitudes alimentaires et ultimement, l'état de santé de la population. L'apport des taxes à cette problématique est alors tributaire de sa complémentarité avec les autres stratégies mises en place pour soutenir la promotion de saines habitudes de vie et la prévention de l'obésité.

La littérature scientifique, qu'elle soit de nature économique ou non, ne fournit pas de réponses claires quant à l'utilité d'une taxe pour diminuer la consommation de boissons sucrées par la population québécoise. Les principes exposés dans ce TOPO permettent néanmoins aux praticiens de santé publique appelés à se prononcer sur la question d'intégrer certaines considérations économiques dans une réflexion plus large sur la pertinence de mettre en place une taxe visant les boissons sucrées.

Tableau 1 Considérations économiques à retenir

<p>La taxation peut répondre à différents objectifs</p>	<p>Si une taxe dédiée est mise en place pour financer un projet, une modification trop importante des prix pourrait au final, limiter l'efficacité de la mesure comme source de financement.</p>
	<p>Si une taxe a comme objectif d'influencer les choix alimentaires des consommateurs, une modification trop modeste des prix pourrait n'avoir aucun impact.</p>
<p>La réaction des consommateurs aux changements de prix est liée à l'élasticité prix de la demande</p>	<p>Si une taxe dédiée est mise en place pour financer un projet, elle doit être mise en place sur un produit ou un groupe de produits dont la demande tend à être inélastique.</p>
	<p>Si une taxe a comme objectif d'influencer les choix alimentaires des consommateurs, elle doit être mise en place sur un produit ou un groupe de produits dont la demande tend à être élastique.</p>
<p>Il est nécessaire de mieux documenter les effets de la taxation des boissons sucrées</p>	<p>Si une taxe sur les boissons sucrées est mise en place, il demeure possible que les consommateurs continuent tout de même d'acheter ces produits.</p>
	<p>Les consommateurs ne vont pas nécessairement remplacer les boissons sucrées qu'ils consomment déjà par des produits de meilleure qualité nutritionnelle.</p>
	<p>Certains groupes de consommateurs pourraient aussi amortir le coût d'une taxe visant les boissons sucrées en réduisant leurs autres postes de dépenses alimentaires.</p>

Références

- (1) OLSEN, N. J., et B. L. HEITMANN (2009). "Intake of calorically sweetened beverages and obesity", *Obesity Reviews*, vol. 10, n° 1, p. 68-75.
- (2) VARTANIAN, L. R., M. B. SCHWARTZ et K. D. BROWNELL (2007). "Effects of soft drink consumption on nutrition and health: a systematic review and meta-analysis", *American journal of Public Health*, vol. 97, n° 4, p. 667-675.
- (3) MALIK, V. S., B. M. POPKIN, G. A. BRAY, J.-P. DESPRES et F. B. HU (2010). "Sugar-sweetened beverages, obesity, type 2 diabetes mellitus, and cardiovascular disease risk", *Circulation*, vol. 121, n° 11, p. 1356-1364.
- (4) TAPPY, L. K. A. (2010). "Metabolic effects of fructose and the worldwide increase in obesity", *Physiological Reviews*, vol. 90, n° 1, p. 23-46.
- (5) BLANCHET, C., C. PLANTE et L. ROCHETTE (2009). La consommation alimentaire et les apports nutritionnels des adultes québécois, Institut national de santé publique du Québec.
- (6) BÉDARD B., L. DUBOIS et M. GIRARD (2005). « Consommations alimentaires », dans *Enquête de nutrition auprès des enfants québécois de 4 ans*, Institut de la statistique du Québec, chap. 5, p. 89-107.
- (7) JACOBSON, M. F. et K. D. BROWNELL (2000). "Small taxes on soft drinks and snack foods to promote health", *American Journal of Public Health*, vol. 90, n° 6, p. 854-857.
- (8) SCHMIDHUBER, J. (2004). "The growing global obesity problem: some policy options to address it", *Electronic Journal of Agricultural and Development Economics*, [en ligne], vol. 1, n° 2, <http://ideas.repec.org/a/ags/ejadef/12003.html> (consulté le 25 avril 2012).
- (9) GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (2008). Loi sur la vente et la distribution de bière et de boissons gazeuses dans des contenants à remplissage unique, [en ligne] http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/V_5_001/V5_001.HTM (consulté le 2 février 2011).
- (10) CARAHER, M. et G. COWBURN (2005). "Taxing food: implications for public health nutrition", *Public Health Nutrition*, vol. 8, n° 8, p. 1242-1249.
- (11) KUCHLER F., F. A. TEGUNE et J. M. HARRIS (2004). "Taxing snack foods: manipulating diet quality or financing information programs", *Review of Agricultural Economics*, vol. 27, n° 1, p. 4-20.
- (12) FLETCHER, J.M., D. FRISVOLD et N. TEFFT (2010). "Can soft drink taxes reduce population weight?", *Contemporary Economic Policy*, vol. 28, n° 1, p. 23-35.
- (13) FRENCH, S. A. (2003). "Pricing effects on food choices", *Journal of nutrition*, vol. 133, no 3, p. 841S-843S.
- (14) KIM D., et I. KAWACHI (2006). "Food taxation and pricing strategies to «thin out» the obesity epidemic", *American Journal of Preventive Medicine*, vol. 30, n° 5, p. 430-437.
- (15) GUSTAVSEN, G. W. (2005). "Public policies and the demand for carbonated soft drinks: a censored quantile regression approach", *European Association of Agricultural Economists-2005 International Congress*, du 23 au 27 août, Copenhague, Danemark.
- (16) CASH S. B., et R. D. LACANILAO (2007). "Taxing food to improve health: economic evidence and arguments", *Agricultural and Resource Economics Review*, vol. 36, n° 2, p. 174-182.
- (17) MADORE, O. (2007). Effet des mesures économiques pour favoriser une alimentation saine, encourager l'activité physique et combattre l'obésité. *Revue de littérature*, Bibliothèque du parlement PRB 06-34F.
- (18) TEFFT N. W. (2006). The effects of a snack tax on household soft drink expenditure, *University of Wisconsin Working Paper*.
- (19) SASSI, F., et J. HURST (2008). "The prevention of lifestyle-related chronic diseases: an economic framework", *OECD Health Working Papers*, n° 32.

TAXATION DES BOISSONS SUCRÉES : PERSPECTIVE ÉCONOMIQUE

AUTEURE

Catherine Gervais
Développement des individus et des communautés

COMITÉ DE RÉDACTION

Johanne Laguë
Développement des individus et des communautés
Gérald Baril
Développement des individus et des communautés
Pascale Bergeron
Développement des individus et des communautés
Étienne Pigeon
Développement des individus et des communautés
Geneviève Beauregard
Secrétariat général et communications

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php>, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

DÉPÔT LÉGAL – 2^e TRIMESTRE 2012

BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC

BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA

ISSN : 1925-5748 (PDF)

ISBN : 978-2-550-64716-4 (PDF)

©Gouvernement du Québec (2012)