



L'association des brasseurs
du Québec

MÉMOIRE PRÉ-BUDGÉTAIRE

2019

22 novembre 2018

**PRÉSENTÉ PAR
L'ASSOCIATION DES BRASSEURS DU QUÉBEC**

À PROPOS

Référence dans l'industrie brassicole, l'Association des brasseurs du Québec (ABQ) représente ses membres auprès de partenaires, d'organismes gouvernementaux et des médias.

Les trois grands brasseurs membres de l'ABQ – Molson Coors, Labatt, et Sleeman – réalisent 90 % des ventes de bière dans la province.



Les entreprises membres de l'ABQ sont bien ancrées dans notre histoire d'hier et d'aujourd'hui par leur développement économique, leur apport social et culturel, et leur rôle environnemental. Elles font preuve d'un engagement soutenu en matière de développement durable et de consommation responsable et s'impliquent activement dans la vie socioculturelle, communautaire et sportive du Québec.

Liste d'abréviations

ABQ	Association des brasseurs du Québec
ACCES	Actions concertées pour contrer les économies souterraines
AMBQ	Association des microbrasseries du Québec
ARQ	Agence du Revenu du Québec
CAQ	Coalition Avenir Québec
CSP	Consommation sur place
INSPQ	Institut national de santé publique du Québec
IPC	Indice du prix à la consommation
LCBO	Régie des alcools de l'Ontario
LPA	Loi sur les permis d'alcool
LSAQ	Loi sur la Société des alcools du Québec
PIB	Produit intérieur brut
RACJ	Régie des Alcools, des Courses et de Jeux
R5	Règlement sur les permis d'alcool
R6	Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques
SQDC	Société québécoise du cannabis
VAM	Valeur ajoutée manufacturière

Sommaire exécutif

Assurant un rôle de premier plan dans l'essor de l'industrie de la transformation alimentaire, la grande industrie brassicole — formée de MolsonCoors, Labatt et Sleeman — contribue à faire du Québec une plaque tournante de l'activité manufacturière. Les retombées économiques brassicoles se traduisent par des impacts positifs aux quatre coins du Québec, avec des retombées totales qui s'élèvent à 1,28 milliard de dollars. En raison de leurs activités variées, les grands brasseurs du Québec entretiennent des relations d'affaires totalisant plus de 300 millions de dollars avec plus de 2 300 entreprises d'ici, dont 60 % sont localisés à l'extérieur de Montréal. La grande industrie brassicole génère par ailleurs 39 000 emplois directs, indirects et induits.

Une industrie aux multiples subtilités _____ Page 10

Faisant face à des enjeux qui requièrent d'être adressés pour assurer la vitalité et la pérennité de l'industrie brassicole, l'Association des brasseurs du Québec souhaite attirer l'attention sur les aspects liés aux retombées économiques caractérisées par la fabrication industrielle de la bière. L'objectif est le rétablissement d'un cadre de saine concurrence juste, cohérent et équitable dans le secteur de la vente des boissons alcooliques tout en priorisant la santé publique.

La désuétude de la réglementation actuelle à l'égard de l'industrie brassicole est manifeste, et ce, dans un contexte contemporain toujours plus concurrentiel. Tandis que le nombre de permis de brasseurs a plus que doublé au cours des dix dernières années, les membres de l'ABQ ont été à même de constater plusieurs cas où l'équité réglementaire fut mise à rude épreuve. Cette réalité est d'autant plus marquée par l'évolution du commerce de détail vis-à-vis la distribution et des modèles transactionnels ainsi que par le virage commercial prononcé de la SAQ.

L'équité réglementaire : plus que jamais nécessaire _____ Page 16

Le virage de la SAQ marquant le passage d'un mandat de régulation sociale à un mandat commercial et l'évolution des canaux de vente ont profondément marqué le secteur des boissons alcoolisées au cours des dernières années. L'importance de moderniser la réglementation au contexte commercial contemporain de plus en plus compétitif n'est plus à démontrer.

Alors qu'elle n'est pas assujettie à quelconque forme de réglementation sur le prix minimum des produits qu'elle vend de même que sur la promotion et la publicité de ces derniers, la SAQ assume, à partir de son mandat commercial, des pratiques en matière de commercialisation et de promotion qui ne sauraient être acceptées par la RACJ si elles étaient mises de l'avant par les joueurs de l'industrie brassicole. Les brasseurs et leurs réseaux privés de vente sont ainsi confrontés à des stratégies commerciales avec lesquelles ils ne peuvent concurrencer. Par conséquent, les prix de vente de l'alcool au Québec ne suivent pas la courbe de l'inflation, d'autant plus que seule la bière est soumise à un prix minimum, et ce, uniquement pour la vente au détail privée.

Tandis que l'INSPQ soutient qu'il faudrait une politique de fixation d'un prix minimum ajusté annuellement pour tous les produits alcoolisés, il semble plutôt inéquitable que seule la bière fasse l'objet d'un encadrement plus serré. Au moment où le gouvernement se penche sur la

possibilité d'encadrer davantage les pratiques commerciales et promotionnelles de la mise en marché de l'alcool, il est essentiel de considérer que les ventes de vin et de bière sont nez à nez et que la popularité des spiritueux est en nette augmentation. Il est aussi utile de préciser que les produits alcooliques constituent des modèles de substitution pour lesquels le consommateur fait ses choix de manière aléatoire et souvent fondés sur le prix.

L'incompatibilité des mandats de commercialisation et de régulateur de la SAQ _____ **Page 22**

Si, aujourd'hui, la SAQ opère suivant une approche commerciale, elle ne demeure pas moins un acteur obligé du contrôle et du respect du cadre normatif. Or, suivant la *Loi sur la société des alcools du Québec*, la société d'État n'est pas soumise aux obligations relatives au régime de permis contrairement aux autres acteurs, tout en bénéficiant d'une exemption complète des dispositions du Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques.

Par son choix de ne pas assujettir la SAQ à la même réglementation que les détaillants privés dans la commercialisation de l'alcool, Québec place sa société d'État à vocation commerciale dans une position davantage concurrentielle disproportionnée et inéquitable, qui ne semble plus justifiée au regard de son mandat historique de protection de santé publique.

Ségrégation des produits importés _____ **Page 25**

Le cadre réglementaire québécois de la commercialisation des produits brassicoles cause une importante discrimination aux activités d'importation en raison de la manière dont les modalités d'obtention et de maintien des permis afférents sont appliquées au quotidien. Il est ainsi possible de s'interroger sur cette pratique au regard du principe de non-discrimination en droit du commerce international et, plus précisément, face à la règle du traitement national.

Timbrage et marquage à des fins fiscales _____ **Page 27**

Avec l'adoption de la *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, le précédent gouvernement a signé la disparition du système de timbrage des boissons alcooliques d'ici juin 2020. Alors que cette façon de faire qui a fait ses preuves et que les perceptions fiscales liées aux taxes à la consommation sur les produits brassicoles constituent une source importante de recettes publiques, les motifs au soutien de cette décision sont discutables.

Puisqu'il est efficace, fonctionnel et peu coûteux, le timbre est devenu un outil qui assure un rôle de traçabilité de la chaîne d'approvisionnement utile aux fabricants, aux établissements licenciés ainsi qu'aux autorités fiscales, policières, réglementaires et de santé publique. La présence du timbre d'accise permet aux membres de l'ABQ de collaborer rapidement avec les autorités afin d'identifier les volumes, la provenance et les caractéristiques des produits.

Les conséquences de l'abolition du timbre auraient pour effet de limiter les efforts des gouvernements et des autorités policières contre la fraude fiscale et la lutte au crime organisé, notamment dans le cadre des activités du programme ACCES Alcool, dont la performance passe entre autres par l'utilisation d'un système de marquage des produits alcooliques et la pleine collaboration de la grande industrie brassicole.

La taxe spécifique _____ **Page 30**

À la suite de l'adoption des hausses successives de la taxe spécifique entre 2012 et 2014, les grands brasseurs ont dû absorber une perte de 23 cents du litre de bière vendue tout en

augmentant considérablement leurs contributions annuelles au Trésor public. Contrairement à la SAQ, l'industrie brassicole a dû absorber les augmentations de la taxe spécifique, en plus de vivre une diminution du prix moyen au litre.

Entre 2013 et 2017, plus de la moitié (57 %) des sommes perçues pour la taxe spécifique sur les boissons alcooliques provient de l'industrie brassicole, pour laquelle près de 90 % des ventes sont réalisées par les membres de l'ABQ.

Prévisibilité réglementaire _____ **Page 32**

L'ABQ a maintes fois exprimé la nécessité de moderniser la réglementation afin de permettre une meilleure prévisibilité du processus décisionnel vis-à-vis les demandes de permis et d'adapter le prix minimum sur la bière en fonction des nouvelles réalités socioéconomiques du Québec. Les questionnements soulevés par l'ABQ et ses membres sont d'autant plus importants puisqu'en raison d'un flou dans sa loi constitutive, la *Loi sur la Régie des alcools, des courses et des jeux*, la RACJ évite de se prononcer sur son interprétation de la réglementation lorsqu'il est question de décisions rendues par les membres de son personnel autre que les régisseurs.

Abroger les articles archaïques _____ **Page 33**

Dans le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*, plusieurs dispositions relèvent d'une autre époque. L'ABQ est d'avis que ces dispositions ne s'appliquent plus au contexte contemporain de commercialisation, en plus de représenter des disparités inexplicables en matière de mise en marché.

L'environnement _____ **Page 35**

Les questions environnementales touchant l'industrie brassicole s'articulent autour de l'avenir du système de consignation. En raison de l'efficacité de l'infrastructure développée par les grands brasseurs, l'autofinancement du système de consignation des contenants à remplissage unique évite toute forme de contribution en provenance des deniers publics. Quant à elles, les bouteilles de l'industrie à remplissage multiple, qui sont consignées, lavées et réutilisées en moyenne au-delà d'une douzaine de fois, présentent une performance environnementale incomparable parmi les contenants de boissons. Le système de consigne privé constitue ainsi le modèle d'économie circulaire par excellence au Québec.

Responsabilité sociale _____ **Page 37**

Par l'adoption d'une éthique de commercialisation répondant à des critères d'excellence irréprochables, notamment en matière de consommation responsable, par le travail en amont et en aval de la chaîne de valeur pour aider les fournisseurs et les détaillants à intégrer et à soutenir les innovations en matière d'environnement ainsi que par le soutien économique d'initiatives communautaires partout au Québec, la grande industrie brassicole se démarque par la nature de ses retombées, à la fois économiques et sociales.

Recommandations _____ **Page 38**

Une vingtaine de recommandations sont émises par l'ABQ avec l'objectif d'assurer la vitalité de la grande industrie brassicole. Il est possible de trouver ces recommandations à la fin de chacune des sections ou encore dans le *Sommaire des recommandations*.

Table des matières

Introduction.....	8
L'industrie brassicole en bref.....	9
Une industrie aux multiples subtilités.....	10
Les membres de l'ABQ : des alliés économiques de premier plan.....	10
Investissements et main-d'œuvre.....	11
Exemples d'investissements.....	12
Fournisseurs.....	13
L'évolution du commerce de détail de l'alcool.....	14
Gestion de la distribution aux détaillants.....	14
Modèle transactionnel en ligne.....	14
L'équité réglementaire : plus que jamais nécessaire.....	16
La SAQ : d'un mandat de régulation sociale à un mandat commercial.....	16
Prix minimum.....	19
Recommandations.....	21
L'incompatibilité des mandats de commercialisation et de régulateur de la SAQ.....	22
Commercialisation.....	23
Recommandation.....	24
Ségrégation des produits importés.....	25
Recommandations.....	26
Timbre et marquage à des fins fiscales : son abolition ne répond pas à l'intérêt public.....	27
Le timbre : un outil efficace, fonctionnel et peu coûteux.....	27
Les conséquences de l'abolition du timbre.....	28
Recommandations.....	29
La taxe spécifique.....	30
Recommandations.....	31
Prévisibilité réglementaire réclamée.....	32
Recommandation.....	32
Abroger des articles archaïques.....	33
Recommandations.....	33
L'environnement.....	35
La consigne.....	35
Redevances sur l'eau.....	36
Recommandations.....	36
Responsabilité sociale.....	37
Sommaire des recommandations.....	38
Conclusion.....	40
Références.....	41

Introduction

C'est au Québec, avec l'établissement de la première brasserie à vocation commerciale, qu'est née l'industrie brassicole au pays. 350 ans plus tard, l'industrie brassicole se présente comme un actif précieux pour le développement économique à travers la province. Par-delà les époques, les brasseurs ont su s'adapter à l'évolution de la société en innovant et en tirant profit des opportunités s'offrant à eux. Aujourd'hui, la grande industrie brassicole fait face à des enjeux de taille qui requièrent d'être adressés pour assurer la vitalité et la pérennité de cette industrie ancrée dans l'histoire de la province.

Contre vents et marées, l'industrie brassicole est la seule industrie du secteur manufacturier à avoir traversé le temps. Assurant un rôle de premier plan dans l'essor de l'industrie de la transformation alimentaire, la grande industrie brassicole — formée de MolsonCoors, Labatt et Sleeman — contribue à faire du Québec une plaque tournante de l'activité manufacturière.

L'industrie brassicole québécoise représente 28 % du PIB canadien de ce secteur d'activité. Il est le second en importance au Québec dans l'ensemble de l'industrie de la transformation alimentaire canadienne, tout juste après le secteur laitier.

En effet, l'apport de l'industrie de la transformation alimentaire au Québec, par son incidence sur le produit intérieur brut (PIB), génère un impact économique sur presque tous les secteurs industriels, et ce, dans toute la chaîne de valeur. Ce qui en fait assurément un puissant levier de développement économique pour le Québec. Au total, les livraisons manufacturières des fabricants d'aliments et de boissons de la province ont atteint 27,9 milliards de dollars en 2016, soit près du quart de l'activité canadienne.

Au Québec, une vingtaine d'entreprises génèrent plus des deux tiers des livraisons manufacturières du secteur bioalimentaire. De surcroît, une demi-douzaine réalise à elle seule 42 % des ventes manufacturières : Labatt et MolsonCoors sont du nombre.

En chiffres, les retombées économiques brassicoles se traduisent par des impacts positifs aux quatre coins du Québec, avec des retombées totales qui s'élèvent à 1,28 milliard de dollars. L'apport global de l'industrie équivaut donc à 0,4 % du PIB total du Québec. Par le biais de leurs activités variées, les grands brasseurs du Québec ont pignon sur rue dans une cinquantaine de municipalités du Québec et entretiennent des relations d'affaires fructueuses avec plus de 2 300 entreprises d'ici. La grande industrie brassicole génère ainsi 39 000 emplois directs, indirects et induits.

Par ailleurs, le port de Montréal constitue une plaque tournante en tant que centre de logistique intermodal de la bière importée au Canada. Provenant principalement d'Europe par conteneurs, les produits sont redistribués par voie routière ou par train un peu partout au Canada. La main-d'œuvre nécessaire à l'accomplissement des activités afférentes s'élève à plus de mille personnes pour le Québec.

Nul ne saurait douter de la contribution de l'industrie brassicole à l'essor économique du Québec. Cette réalité est d'autant plus implacable que 90 % de la production est d'origine domestique. Bien que le processus standard de fabrication de la bière demeure le même depuis des centaines d'années, la technologie a fait des pas de géant pour venir appuyer l'expertise humaine dans le contrôle de la qualité grâce à des équipements sophistiqués soutenant les processus de brassage, de fermentation et de conditionnement.

Par le développement d'une expertise et d'un savoir-faire s'alliant aux nouvelles technologies, l'industrie s'est modernisée au cours des dernières années. Pour répondre adéquatement aux pressions qui s'exercent sur elle, son efficacité a augmenté, de même que la productivité de ses employés. Dans un marché des boissons alcooliques rendu à maturité, les membres de l'ABQ se distinguent par un dynamisme constant qui se traduit par des investissements se calculant en centaines de millions de dollars dans leurs infrastructures manufacturières.

Il va sans dire que la grande industrie brassicole est un secteur qui profite à toutes les Québécoises et Québécois, ne serait-ce que par l'ampleur des retombées qu'elle génère à travers la province. Source de fierté depuis ses débuts, l'industrie brassicole québécoise mérite son titre de fleuron du secteur de la transformation alimentaire. C'est pourquoi des engagements doivent être pris pour en assurer la prospérité et l'effervescence. Le présent mémoire vise ainsi à mettre en lumière les enjeux touchant de près ou de loin l'industrie brassicole et contient une série de recommandations à l'égard des parties prenantes.

L'industrie brassicole en bref



39 000 emplois directs, indirects et induits

3 170 emplois directs



+ de 77 000 \$ salaire moyen

1 milliard \$ PIB du Québec



5 brasseries

46 centres administratifs



DES INSTALLATIONS AUX QUATRE COINS DE LA PROVINCE

Une industrie aux multiples subtilités

Lorsque vient le temps de saisir les subtilités du monde brassicole québécois, il est utile de comprendre quelques paramètres. Il existe deux types de permis qui permettent de brasser de la bière au Québec.



Brasseur artisanal

Les permis de brasseur artisanal sont constitués d'entreprises qui œuvrent dans le secteur de la restauration et du tourisme. Ces derniers créent des emplois directs principalement dans l'industrie des services à l'aide d'un personnel dédié aux activités traditionnelles d'établissements licenciés. Ces brasseurs fabriquent de petits volumes de bière alloués à leur propre établissement.

Les brasseurs industriels quant à eux évoluent selon un modèle de réseau de distribution auprès des détenteurs de permis d'épicerie, des bars et des restaurants. Il s'agit d'entreprises telles que MolsonCoors, Labatt, Sleeman, Brasseurs du Nord, Brasseurs RJ (Belle Gueule), etc. Grâce aux structures de commercialisation des détenteurs de permis industriels, leur chaîne de valeurs crée une richesse économique structurante dans les secteurs logistiques, de la mise en marché et dans plusieurs secteurs manufacturiers, allant de la fabrication de contenants en passant par les emballages et les équipements spécialisés. Les modèles d'actionnariat de ces entreprises sont diversifiés et comprennent des sociétés inscrites en bourse, des actionnaires issus de fonds d'investissement, des bras financiers gouvernementaux et des compagnies au capital fermé.



Brasseur industriel

Photo : PMG

Pour l'Association des brasseurs du Québec, l'attention se porte surtout sur les aspects liés aux retombées économiques caractérisées par la fabrication de la bière, qui constitue une part importante de la transformation alimentaire.

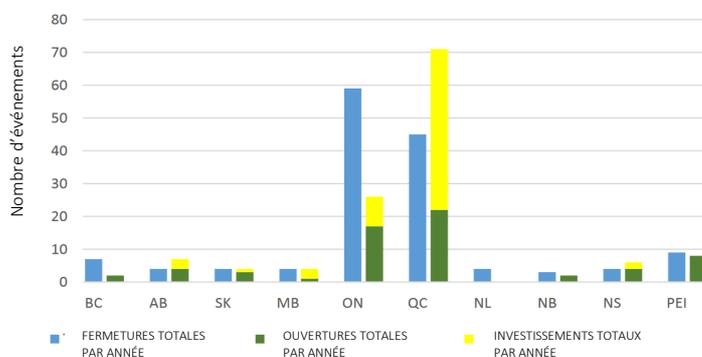
Les membres de l'ABQ : des alliés économiques de premier plan

Dans son programme électoral, la Coalition avenir Québec (CAQ) prônait le secteur de la transformation alimentaire comme un outil de développement de premier plan en plus de préconiser les investissements privés comme outil de prospérité. Dans les deux cas, les membres de l'ABQ peuvent assurément faire partie de l'équation gagnante.

Les membres de l'ABQ se sont illustrés au fil des ans sur le plan des initiatives d'investissements en capital afin de moderniser ou de construire de nouvelles installations de fabrication. Les plans d'investissements privés de la grande industrie brassicole se sont en effet démarqués du

secteur manufacturier par des réalisations concrètes s'élevant à plus de 300 millions au cours des dernières années.

Fermetures, ouvertures d'usines et investissements du secteur de la transformation alimentaire par province 2006-2014



Source : Agri-Food at Ivey Research, Traduction libre.

D'ici les 48 prochains mois, des investissements supérieurs à un demi-milliard seront consacrés par les actionnaires des entreprises brassicoles membres de l'ABQ, notamment avec la construction de la nouvelle brasserie de MolsonCoors à Longueuil. Par ailleurs, les brasseries investissent jusqu'à 0,44 \$ pour chaque dollar dépensé pour la main-d'œuvre.

À eux seuls, les trois membres de l'ABQ ont investi plus dans les six dernières années que l'ensemble des microbrasseries québécoises détentrices de permis industriels depuis leur création.

Investissements et main-d'œuvre

Pour assurer la qualité des produits et le développement d'une expertise en matière brassicole, les grandes brasseries nécessitent des capitaux importants sous forme d'investissements en équipements comme des bouilloires, des fermenteurs ainsi que des systèmes facilitant le brassage et la mise en contenant. Le virage technologique de l'industrie permet d'observer plusieurs indicateurs de performance simultanément pour assurer la stabilité de la production et accroître l'acuité du contrôle de la qualité. Ces équipements nécessitent aussi un maintien de l'actif, qui prend forme en travaux d'entretien. Ainsi, seulement en maintien des actifs de production manufacturière, les grands brasseurs investissent chaque année de 12 à 14 millions de dollars afin d'assurer le rendement optimal des équipements existants.

Pour chaque employé(e) des brasseries, la VAM est 2,5 fois plus élevée que la moyenne des autres installations manufacturières du Québec, soit 322 000 \$ par employé(e) des brasseries versus 128 000 \$ dans les autres industries.

Exemples d'investissements



52 M\$

Lignes de production

14 M\$

Automatisation



24 M\$

Systèmes de production

75 M\$

Lignes de production

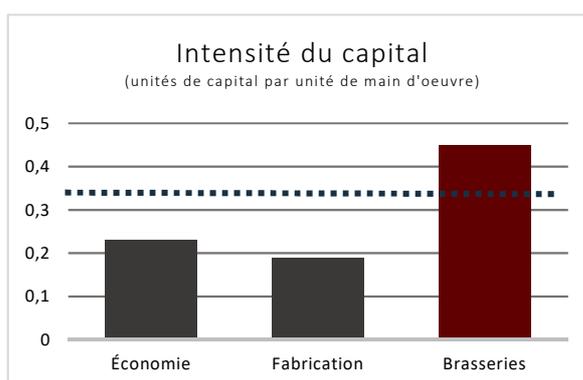


4,3 M\$

Infrastructure logistique
et équipements de
fabrication

Cet engagement à assurer pour les usines du Québec des équipements performants à la fine pointe de la technologie a permis à la grande industrie brassicole de se démarquer de la moyenne de l'industrie en termes de valeur ajoutée manufacturière (VAM).

En raison de l'intensité du capital requis pour moderniser leurs installations, les actionnaires des grands brasseurs doivent prendre des engagements monétaires substantiels pour assurer la pérennité de leurs brasseries.



Ligne pointée désigne une intensité de capital de haut niveau

Source : Ibisworld.

En plus de se distinguer par leurs investissements dans le secteur manufacturier, le poids économique des membres de l'ABQ dans l'industrie brassicole québécoise se traduit aussi par leurs activités au quotidien. Les revenus générés par employé(e) des grands brasseurs sont 2,1 fois supérieurs à ceux des microbrasseries, tandis que le salaire moyen y est près de 5 fois plus élevé. La grande industrie brassicole offre ainsi à sa main-d'œuvre des emplois de qualité dont la moyenne de la rémunération s'élève à plus de 75 000 \$ par année. En somme, les membres de l'ABQ représentent au sein de l'industrie :



89 % des revenus



77 % des travailleurs

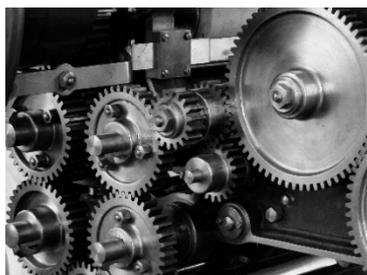


94 % des salaires

Fournisseurs

La présence des grands brasseurs dans toutes les régions amène aussi des retombées positives pour le Québec. Les quelque 2 300 fournisseurs — dont 60 % sont localisés à l'extérieur de Montréal — se sont partagé des contrats d'une valeur supérieure à 300 millions de dollars pour la seule année de 2016.

- Mise en marché des produits
- Services professionnels, financiers et légaux
- Expertise d'ingénierie et équipements de production intégrés d'automatisation
- Équipements de production conçus et développés au Québec
- Entreprises spécialisées en construction et maintien d'actifs d'infrastructures de transformation alimentaire



Emplois :

5,5 fois plus d'emplois directs que l'industrie des spiritueux

Retombées économiques de fabrication :

90 fois plus élevées que l'industrie vinicole



Au Canada :

Près de 28 % du PIB canadien brassicole est au Québec



L'évolution du commerce de détail de l'alcool

Contrairement à son voisin du sud, le Canada a choisi une voie radicalement différente en matière de contrôle d'alcool. Une par une, les provinces, en commençant par le Québec et la Colombie-Britannique en 1921 et en terminant par l'Ontario en 1927, ont mis en place des systèmes de vente d'alcool étatique. Que ces deux nations d'Amérique du Nord aient entrepris simultanément des expériences aussi différentes que la prohibition et la nationalisation pour faire face à la question sociale de l'alcool, a produit une situation juridique distincte de chaque côté de la frontière.

Aujourd'hui, la désuétude d'une partie de la réglementation actuelle à l'égard des brasseurs et des distributeurs québécois de produits brassicoles est manifeste, et ce, dans un contexte contemporain toujours plus concurrentiel. Cette réalité est d'autant plus marquée par le virage commercial prononcé de la SAQ, entreprise d'État jouissant d'une autonomie complète en matière de commercialisation.

Tandis que le nombre de permis de brasseurs a plus que doublé au cours des dix dernières années, les membres de l'ABQ ont été à même de constater plusieurs cas où l'équité réglementaire fut mise à rude épreuve. Alors que la réglementation est censée s'appliquer de manière cohérente auprès de tous les exploitants du même domaine, plusieurs écarts notables ont été constatés.

Notre objectif est le rétablissement d'un cadre de saine concurrence juste, cohérent et équitable dans le secteur de la vente des boissons alcooliques. Il doit refléter le contexte commercial actuel tout en priorisant l'objectif de protection de la santé publique.

Gestion de la distribution aux détaillants

Si, d'une part, l'environnement commercial de la vente au détail s'avère de plus en plus compétitif, d'autre part, les canaux de distribution ont eux aussi dû s'adapter aux nouvelles réalités du marché. Les détaillants imposent aujourd'hui de plus en plus de demandes aux fabricants, insistant sur des livraisons de produits en « juste à temps » afin de réduire leurs coûts d'entreposage. Ils s'attendent également à ce que les fabricants proposent de nouvelles innovations en matière de merchandising.

Dans cet univers de gestion de la distribution en mode « juste à temps », les fabricants doivent respecter une qualité d'exécution des commandes impeccable afin de conserver une relation d'affaires avec les détaillants et ainsi éviter les coûts associés au surplus d'inventaires. Par conséquent, les brasseurs doivent fonctionner avec une flexibilité jamais vue, causant une pression sur les coûts des opérations. Or, certains aspects du cadre réglementaire viennent limiter la marge de manœuvre de l'industrie.

Modèle transactionnel en ligne

Alors que la SAQ et sa nouvelle filiale, la Société québécoise du cannabis (SQDC), ont pour mission d'assurer le commerce des boissons alcooliques et la vente du cannabis conformément à la Loi, certains pans de la commercialisation soulèvent des interrogations importantes, notamment par la vente de produits en ligne. D'une part, la bière doit obligatoirement être

vendue par l'intermédiaire d'un détenteur de permis d'épicerie, d'autre part, il est possible de se faire livrer du vin et du cannabis par courrier à l'aide de Postes Canada.

Dans un souci d'équité réglementaire, la grande industrie brassicole peut s'interroger sur la nécessité des dispositions prescrites par la *Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques*, notamment sur les interdictions de vente et sur le transport de boissons alcooliques (Sections VII et X, respectivement). Si, d'une part, l'État permet la vente en ligne et la livraison du cannabis et du vin directement à domicile, elle ne devrait pas, d'autre part, restreindre la livraison de bière au Québec.

Ainsi, les grands brasseurs s'interrogent sur les fondements de cette disparité. Pourquoi ne pourraient-ils pas eux aussi utiliser les services postaux canadiens pour s'adapter aux tendances de consommation en ligne ?

L'équité réglementaire : plus que jamais nécessaire

Le marché de l'alcool québécois vit une situation particulière. Alors que la consommation globale d'alcool stagne en raison notamment du vieillissement de la population et des changements dans les habitudes de vie des consommateurs, l'offre de produits explose de toute part.

Ainsi, le nombre de brasseurs autorisés à exploiter des installations au Québec est passé d'une douzaine au début du millénaire à plus de 200, aujourd'hui. De plus, la Société des alcools du Québec a procédé à un virage commercial, en devenant un détaillant comme un autre en mettant en marché plus de 13 000 produits différents ; alors qu'elle offrait seulement quelques centaines de produits il y a 25 ans. Ces deux constats illustrent l'importance de moderniser et d'adapter la réglementation au contexte commercial contemporain, se voulant de plus en plus compétitif.



Pourquoi la SAQ, société d'État à vocation commerciale, ne serait pas assujettie aux mêmes règles que les autres commerçants ? Rappelons par exemple que le réseau de vente privé d'alcool est soumis aux règles du prix minimum sur la bière, mais pas la SAQ.

La SAQ : d'un mandat de régulation sociale à un mandat commercial

Il est bien loin le temps où le rôle prohibitionniste et de régulateur social de la SAQ était au cœur de sa mission. Au contraire, aujourd'hui, la société d'État à vocation commerciale a un mandat très clair en vertu de sa loi habilitante : « La Société a pour fonctions de faire le commerce des boissons alcooliques ».

Conséquemment, la SAQ gère ses succursales avec une approche de gestion par catégories qu'elle définit dans sa *Politique d'achat et de mise en marché* comme « un processus qui consiste à obtenir l'efficacité et la rentabilité des catégories en répondant avec efficacité aux besoins des consommateurs ».

Dans le cadre de l'étude des crédits de 2018, le président et chef de la direction sortant de la SAQ, M. Alain Brunet a expliqué aux parlementaires comment il adaptait les stratégies commerciales de son entreprise.

« Quand on se balise au Canada, on a un panier moyen, à travers les différentes juridictions du Canada. Les spiritueux, on était premiers, c'était historique. La bière, on est aussi premiers. C'est aussi historique. Et les vins, depuis l'été passé, on est maintenant premiers en termes de positionnement prix, même pour les vins. Donc, quand on se compare à l'Ontario ou à d'autres marchés, anecdotiquement, il peut rester des produits, tu sais. Quand on avait fait la vérification avec le VGQ il y a quelques années, il y avait beaucoup de produits, plus de 400 produits. Là, on est rendus, il reste 80 produits sur l'ensemble du répertoire comparable où on a un écart qui n'est pas favorable au Québec. Les autres sont tous devenus soit à l'avantage du Québec ou égal, au minimum ».

Insistons sur le fait que la SAQ n'est pas assujettie à une quelconque forme de réglementation sur le prix minimum des produits qu'elle vend. Il est donc aisé pour elle de pratiquer une mise en marché sur la base du plus bas prix. Ce constat est d'autant plus véridique pour les produits brassicoles où la SAQ se targue maintenant d'être le détaillant qui vend la bière la moins chère au pays.

La SAQ assume donc, à partir de son mandat commercial, des pratiques en matière de commercialisation et de promotion qui ne sauraient être acceptées par la RACJ si elles étaient mises de l'avant par les joueurs de l'industrie brassicole.



Sources : Infolettres et site web officiel de la SAQ.

Dans son mémoire déposé devant la commission des institutions le 17 avril 2018, l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) fait référence à un rapport produit sur les boissons sucrées alcoolisées, mentionnant également que :

« La publicité sur les boissons alcoolisées se fait par l'entremise de nombreux moyens de communication comme la radio, la télévision, les sites Internet, les médias sociaux, les téléphones mobiles et le placement de produits dans les films et les émissions de télévision. Ce domaine évolue constamment grâce au développement de nouveaux moyens de diffusion qui circulent via diverses plateformes sur le Web ».

Dans les années 90, la société d'État à vocation commerciale acceptait pourtant de bon gré de se soumettre sur une base volontaire à l'encadrement réglementaire comme en témoigne cet extrait de sa *Politique de mise en marché* de l'époque.

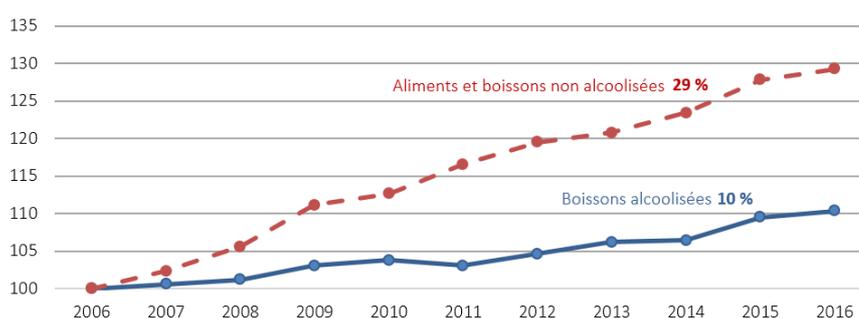
e) Promotion, publicité et pratiques commerciales

La promotion et la publicité relatives aux boissons alcooliques doivent être faites en conformité avec les règlements concernant la publicité et la promotion de la vente des boissons alcooliques édictés en vertu de la Loi sur les permis d'alcool et des lois sur la radiodiffusion et la télédiffusion.

— Politique de mise en marché, SAQ, 1990.

Or, pendant que la SAQ n'est assujettie à aucune règle à l'égard de ses prix, de sa publicité et de ses promotions, les réseaux privés de vente sont confrontés à des stratégies commerciales avec lesquelles ils ne peuvent pas concurrencer. Par conséquent, les prix de vente de l'alcool au Québec ne suivent pas la courbe de l'inflation.

Indice des prix à la consommation



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Boissons alcoolisées	100,00	100,60	101,21	103,12	103,82	103,12	104,63	106,24	106,44	109,56	110,36
Aliments et boissons non alcoolisées	100,00	102,35	105,63	111,16	112,69	116,58	119,55	120,78	123,44	127,84	129,27

Sources : Statistique Canada, CANSIM 326-0020 ; MAPAQ.

Qui plus est, depuis quelques années, la pression s'accroît en raison des modalités d'application de la *Politique d'achat et de mise en marché de la SAQ*, se donnant comme mission d'offrir de l'alcool au plus bas prix au Canada.

Clause 5.3 – Changement de prix (extrait)

- Les baisses de prix seront possibles 9 fois par année.
- Les demandes pour des hausses de prix seront autorisées et analysées deux fois par année : à la suite du dépôt des budgets fédéral et provincial, en P07.
- Les critères d'analyse suivants seront pris en considération pour le traitement des demandes de changement de prix à la hausse :
 - Le produit devra être commercialisé depuis plus de 2 ans.
 - Lorsqu'un produit est sélectionné pour une promotion de la SAQ, aucune demande d'augmentation de prix d'achat SAQ n'est recevable pour la période de changement de prix précédant la promotion, pendant la période de la promotion et les trois (3) périodes suivant la promotion, sauf si exception convenue avec la SAQ.
 - Le pourcentage d'augmentation devra être égal ou inférieur au taux d'inflation du pays d'origine des 13 dernières périodes.
 - Le coût net devra être égal ou inférieur aux autres régions des alcools canadiennes, afin d'avoir les prix de détail les plus compétitifs sur le marché.

Cette approche commerciale aura l'effet tangible de creuser l'écart entre l'IPC général et le prix moyen de l'alcool au Québec qu'il soit en vente dans les réseaux publics ou privés du commerce de détail. Ces affirmations ne laissent présager aucun doute. Le modèle de régulateur social de la SAQ est une chose du passé. Il n'est pas question de limiter l'accessibilité physique et économique des consommateurs à l'alcool. Au contraire, tout est mis en œuvre pour en faciliter l'achat. Lorsqu'une entreprise d'État à vocation commerciale tient à comparer sa performance commerciale avec des entreprises de détail privées, il est incontestable qu'elle les perçoit comme des concurrents, notamment en favorisant la substitution de produits.

Prix minimum

L'accessibilité économique à l'alcool est un sujet d'actualité plus important que jamais. Dans un des plus récents avis de l'Institut national de santé publique (INSPQ) publié en mars 2018, ce dernier réitère sa recommandation voulant que le gouvernement adopte en priorité une politique de fixation de prix minimum pour tous les produits alcoolisés, et que ce prix soit ajusté annuellement selon l'indice des prix à la consommation.

INSPQ INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC

Plus récemment, en mars 2018, dans son rapport intitulé : *Intoxication aiguë à l'alcool et boissons sucrées aromatisées*, l'INSPQ était limpide dans sa recommandation : « Que le gouvernement adopte en priorité une politique de fixation d'un prix minimum par verre d'alcool standard pour tous les produits alcoolisés, et que ce prix soit ajusté annuellement ».

Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées

AVIS SCIENTIFIQUE

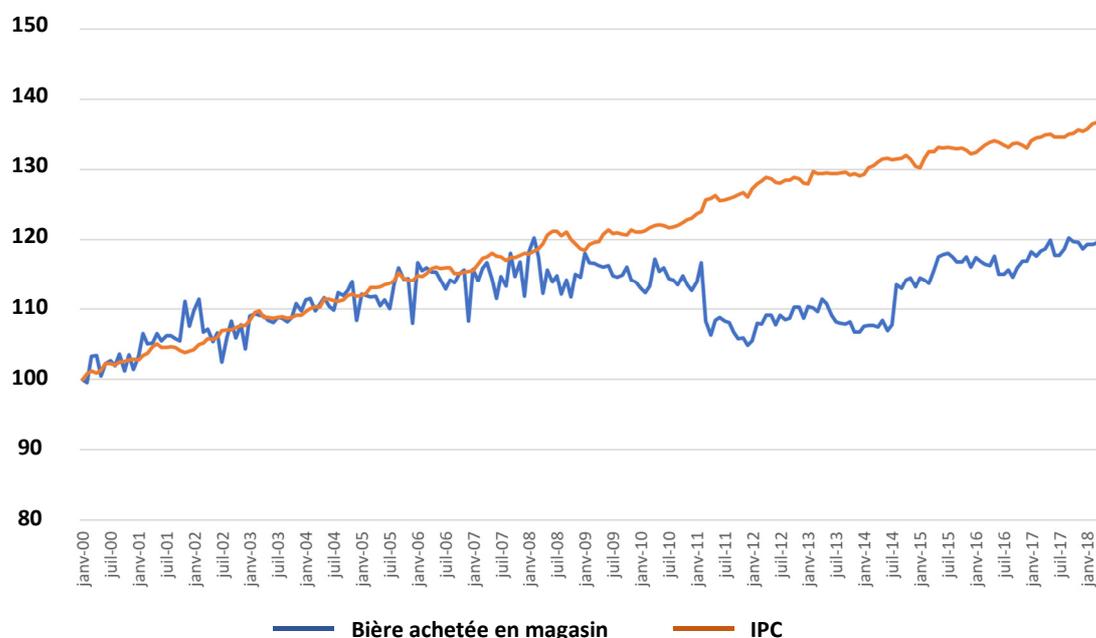
Québec

Dans son *Portrait de la consommation d'alcool au Québec de 2000 à 2015*, l'INSPQ fournit un éclairage sur la question des prix de vente et affirme :

« Au Québec, le prix de l'alcool a augmenté moins rapidement que l'indice des prix à la consommation (IPC). Entre 2002 et 2015, la hausse a été de 18,5 % pour l'ensemble des boissons alcoolisées par rapport à 24,7 % pour l'IPC total. Elle fut de 8 % pour les boissons alcoolisées achetées en magasin. Les boissons achetées en magasin sont devenues moins chères comparativement aux autres produits. Les boissons achetées pour consommer dans les débits de boissons, pour leur part, ont vu leur prix augmenter plus rapidement que l'IPC ».

— Comparaison de la croissance de l'IPC de divers produits de 2000 à 2015

Indice des prix à la consommation Ensemble et bière achetée en magasin Québec, janvier 2000 (=100) à mai 2018



Source : ABQ.

L'ABQ est donc d'avis que tous les détaillants (privés et public) d'alcool devraient être assujettis aux mêmes règles de commercialisation et de promotions et est disposée à entamer un dialogue sur ces enjeux de fond avec les autorités compétentes. D'ailleurs, à cet effet, l'ABQ serait curieuse de connaître la position du Conseil d'éthique en alcool du Québec sur la question. Toutes les provinces canadiennes, à l'exception du Québec et de l'Alberta, fixent un prix minimum pour l'ensemble des boissons alcoolisées vendues en magasin. Aucune raison valable ne justifie que le Québec fasse bande à part.

Recommandations

-  Soumettre tous les fabricants et détaillants de produits alcooliques — incluant la SAQ — aux mêmes exigences réglementaires, notamment en matière de publicité et de promotion, pour éviter des distorsions concurrentielles ;
-  Adopter une politique de fixation d'un prix minimum pour tous les produits alcoolisés vendus pour consommation à domicile. Le défaut des autorités gouvernementales de ne pas étendre le principe du prix minimum aux produits vendus par la SAQ revient à accorder un avantage commercial disproportionné à une société d'État à vocation commerciale ;
-  Assujettir la vente de bière pour consommation dans un autre endroit au prix minimum sur la bière.

L'incompatibilité des mandats de commercialisation et de régulateur de la SAQ

L'historique de la SAQ est marqué par l'idée de la tempérance et par l'attribution d'un rôle de régulateur. Le régime juridique québécois en matière de boissons alcooliques conserve encore aujourd'hui quelques traces de ce passé qui place la SAQ au centre de l'importation, de la distribution et de la vente des boissons alcooliques. Si la SAQ opère aujourd'hui suivant une approche commerciale qui ne fait aucun doute, elle ne demeure pas moins un acteur majeur du contrôle et du respect du cadre normatif. Par exemple, en matière d'importation de bière, la SAQ agit comme intermédiaire, et ce, même dans le cas où elle commercialise des produits brassicoles en concurrence avec ceux vendus par les membres de l'ABQ. Cette confusion est d'ailleurs observée dans le mandat de la SAQ :

« Elle a tous les pouvoirs pour réaliser son mandat commercial consistant notamment en la sélection, l'achat, l'importation, l'entreposage, la distribution et la vente de boissons alcooliques. »

— Politique d'achat et de mise en marché de la SAQ, p. 4.

La SAQ porte donc deux chapeaux. D'une part, elle agit comme organisme de contrôle sur la bière. D'autre part, elle commercialise à la fois de la bière et des produits alcooliques de substitution à cette dernière.

Ce malaise n'est pas un nouveau fait. Déjà en février 1982, un premier débat sur la question avait eu cours à l'occasion de consultations menées par le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme. Voici un extrait des préoccupations soulevées à l'époque :

« L'industrie québécoise des boissons alcooliques vit un malaise profond qui résulte des ambitions démesurées de la SAQ ».

— Complément du rapport de l'Association de l'industrie manufacturière des boissons alcooliques du Québec

Alors que la Régie de l'énergie agit comme chien de garde envers la gestion énergétique au Québec, veillant notamment sur les comportements du secteur privé comme de la société d'État à vocation commerciale Hydro-Québec, pour sa part, la SAQ est seule maître à bord en ce qui la concerne. La pression exercée par le gouvernement sur la SAQ pour accroître sa performance et ses dividendes est incompatible avec la surveillance nécessaire de ses activités. Il importe de noter aussi, qu'en ce qui concerne les brasseurs, non seulement les détaillants privés sont concurrents de la SAQ, mais, qui plus est, les exigences liées aux permis de brasseur et de distributeur de bière délivrés sous la *Loi sur la Société des alcools du Québec* (LSAQ) fait de la SAQ un passage obligé.

Cette situation mène à un traitement plus favorable pour la SAQ vis-à-vis de la loi, qui ne semble plus justifié au regard de son mandat historique de protection de santé publique. Suivant la Section III de la LSAQ, la SAQ n'est pas soumise aux obligations relatives au régime de permis dont les autres acteurs sont assujettis. Deux éléments peuvent être observés :

- a) Si l'obtention du permis pour l'exercice des activités énumérées est jugée nécessaire par l'État, aucun des acteurs, fut-il le plus important, ne devrait être exempté de l'obligation d'obtention du permis puisque la délivrance de ceux-ci répond à des objectifs de contrôle de l'État ;
- b) En exemptant un acteur, on le soustrait de la supervision de l'organisme chargé de s'assurer que les conditions de la délivrance soient remplies et que les conditions du maintien dudit permis soient toujours respectées.

Commercialisation

Dans le plan stratégique 2018-2020 de la SAQ, il est stipulé que :

« La croissance des ventes de boissons alcooliques au Québec est par ailleurs plus faible que la moyenne canadienne depuis 2011-2012. Cette croissance plus faible des dépenses des Québécois dédiées aux boissons alcooliques s'explique notamment par le profil démographique de la province. La population âgée de 18 à 64 ans, clientèle qui influence l'augmentation des ventes de la SAQ, stagne depuis quelques années ».

Tel que mentionné auparavant, pour atteindre ses objectifs de ventes, la SAQ a recours à des tactiques promotionnelles centrées sur la gestion par catégorie, tout en bénéficiant d'une exemption complète de toutes les dispositions du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*.

Dès lors, un constat s'impose ; il porte sur la supervision ou, en fait, l'absence de supervision de la SAQ. La société à vocation commerciale étant une création de l'État, celui-ci semble y voir son propre prolongement à certains égards, lui laissant ainsi toute latitude pour « s'autosurveiller » dans un contexte commercial plus concurrentiel que jamais. D'ailleurs, la *Politique d'achat et de mise en marché de la SAQ* précise clairement que les objectifs poursuivis sont liés à la recherche des marges bénéficiaires les plus importantes, à l'instar de n'importe quel commerce de détail.

« [La gestion par catégorie] s'appuie notamment pour ce faire, sur les tendances du marché et sur les performances des catégories. Elle permet de maintenir à jour une gamme de produits adéquate grâce à une dynamique propre à chaque catégorie conformément au plan de chacune de ces catégories ».

Les catégories sont gérées comme des unités d'affaires stratégiques. La SAQ définit celles-ci en tenant compte de « la façon dont les consommateurs perçoivent les produits et effectuent leurs achats ».

Selon les études de comportement des consommateurs réalisées par l'ABQ et ses membres, les acheteurs sont prêts à passer d'un type de produit alcoolique à un autre, notamment en réaction à un changement de prix. Cela démontre notamment que la SAQ est en concurrence avec les réseaux privés de vente de bière. Au moment où le gouvernement se penche sur la possibilité d'encadrer davantage les pratiques commerciales et promotionnelles de la mise en marché de l'alcool et particulièrement sur le web, il est essentiel de considérer la présence croissante de la SAQ dans les différents types de placements publicitaires.

En somme, la supervision de la SAQ par le gouvernement, son unique actionnaire, ne saurait être satisfaisante. Sa proximité avec le gouvernement n'accorde pas la distance nécessaire pour que ce dernier puisse assumer le rôle de superviseur de la SAQ. Par son choix de ne pas assujettir la SAQ à la même réglementation que les détaillants privés dans la commercialisation de l'alcool, le gouvernement du Québec place sa société d'État à vocation commerciale dans une position davantage concurrentielle disproportionnée et inéquitable.

Recommandation

-  Retirer tout rôle d'application réglementaire à la SAQ pour le confier à des organismes véritablement indépendants et à l'abri des enjeux concurrentiels, en l'occurrence la Régie de l'Alcool, des Courses et des Jeux (RACJ) et l'Agence du revenu du Québec. Par exemple, la SAQ peut continuer de fournir des services de laboratoire externe ou d'entreposage de produits alcooliques saisis ou confisqués. En revanche, son mandat d'agent perceuteur du gouvernement en matière de contrôle, de douane et d'accise est devenu problématique dans la mesure où les informations auxquelles elle a accès lui procurent de l'intelligence d'affaires dans le cadre de son mandat commercial.

Ségrégation des produits importés

Depuis des décennies, le cadre réglementaire québécois de la commercialisation des produits brassicoles cause une importante discrimination aux activités d'importation de ceux-ci, surtout de la manière dont il est appliqué dans les modalités d'obtention et de maintien des permis afférents.

À cet effet, au Québec, les inventaires de bières importées doivent être physiquement isolés des produits domestiques. Cette situation engendre des coûts importants dans la manipulation des stocks.

Il est ainsi possible de s'interroger sur cette pratique au regard du principe de non-discrimination en droit du commerce international et, plus précisément, à la règle du traitement national. Ce principe stipule que les produits importés ne doivent pas recevoir un traitement moins favorable que celui accordé aux produits nationaux, s'appliquant lorsque les produits sont considérés comme similaires. Dans cette optique, il ne fait aucun doute que les bières importées sont considérées comme similaires aux bières produites au Québec.

C'est pourquoi, à notre avis, le gouvernement du Québec n'est pas en droit d'imposer des mesures réglementaires qui ont pour effet de désavantager les produits importés au détriment des produits domestiques. L'ABQ et ses membres considèrent que ces contraintes sont potentiellement contraires aux obligations commerciales du Canada dans le cadre de l'application des traités réglementaires auxquels il souscrit. D'ailleurs, le gouvernement du Québec s'était engagé par décret à contribuer à libéraliser les échanges commerciaux.

CONCERNANT le Mémoire d'accord États-Unis - Canada sur les pratiques provinciales de commercialisation de la bière

ATTENDU QUE le gouvernement des États-Unis et le gouvernement du Canada, avec l'accord du gouvernement du Québec, ont conclu, le 5 août 1993, un mémorandum d'accord sur les pratiques provinciales de commercialisation sur la bière ;

ATTENDU QUE le gouvernement du Québec est favorable à ce Mémoire d'accord qui contribuera à libéraliser les échanges commerciaux relatifs à la bière entre le Québec et les États-Unis ;

— Décret, Gouvernement du Québec, 29 septembre 1993

Les membres de l'ABQ reconnaissent l'objectif de traçabilité que vise le contrôle des bières importées afin d'assurer une application des exigences fiscales et sanitaires. Cependant, une fois ces critères légitimes rencontrés, il ne semble pas y avoir de raisons justifiant le prolongement des mesures de ségrégation physique.

Recommandations

-  Mettre fin à l'obligation pour les importateurs de bière de procéder à la ségrégation physique de leurs inventaires ;
-  Mettre fin à la mécanique législative qui impose des transactions monétaires avec la SAQ ainsi que la création de personnes morales distinctes afin de permettre la distribution et la vente de bières importées au Québec ;
-  Rendre caduc le monopole du transport maritime de la SAQ. Chaque importateur de bière devrait avoir la latitude de négocier avec l'intermédiaire de son choix, incluant la société d'État à vocation commerciale.

Timbre et marquage à des fins fiscales : son abolition ne répond pas à l'intérêt public

Dans le cadre du Projet de Loi 170, l'ancien ministre de la Sécurité publique, Monsieur Martin Coiteux, a fait part de l'intention du gouvernement d'abolir le timbre d'accise d'ici deux ans. C'est ainsi que le 12 juin 2018 fut adoptée la *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool* et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques. Cette décision précipitée a pris par surprise de multiples instances chargées de veiller à la sécurité publique, à l'application de l'encadrement légal de la commercialisation de l'alcool et au contrôle fiscal. Sans aucune analyse d'impacts, le ministre sortant a décidé unilatéralement que l'entrée en vigueur des dispositions qui abolissent le timbre devait avoir lieu le 12 juin 2020.

Le marquage des contenants de bière pour des fins fiscales prenait sa source dans le *Règlement sur la manière prescrite de marquer un contenant de bière*, adopté en vertu de la *Loi sur la taxe de vente du Québec*. Ce règlement et les dispositions habilitantes de la *Loi sur la taxe de vente du Québec* ont été abrogés par les amendements de juin 2018 et prendront effet dans deux ans.

Pourtant, les motifs au soutien de cette décision sont discutables. Plusieurs parties prenantes ont opté pour l'argument voulant que le timbre soit un modèle qui n'est pas appliqué en Ontario. Si cette prétention est fondée, il est aussi vrai que le modèle de contrôle fiscal est complètement différent en Ontario en raison de la réglementation entourant la vente des produits brassicoles aux établissements licenciés. Par exemple, la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) achète toutes les bières, les vins et les spiritueux pour ses consommateurs ontariens et détaillants licenciés et distribue ces produits en utilisant sa structure intégrée en réseau. Ce modèle opérationnel assure tous les contrôles fiscaux. Au Québec, la bière est vendue directement aux détenteurs de permis de ventes par les détenteurs de permis de brasseurs.

Quel est l'intérêt du Québec de changer une façon de faire qui a fait ses preuves, d'autant plus que les perceptions fiscales liées aux taxes à la consommation sur les produits brassicoles constituent une source importante de recettes publiques et un moyen de contrôler la provenance des produits ? À travers le monde, ce sont plus de 140 milliards de timbres d'accise qui sont apposés de manière sécurisée chaque année par plus de 150 administrations fiscales, confirmant que les États considèrent qu'il est important de les utiliser dans la lutte contre la criminalité. Le gouvernement fédéral reconnaît d'ailleurs la valeur du système de timbrage dans la traçabilité des produits et des droits qui s'y rattachent en s'adonnant à la commercialisation du cannabis avec des timbres d'accise.

Le timbre : un outil efficace, fonctionnel et peu coûteux

La mise en œuvre de la structure du timbre d'accise nécessite la collaboration de plusieurs acteurs clés : les branches du gouvernement du Québec, dont les autorités fiscales et réglementaires (ARQ et RACJ) et l'industrie brassicole et les titulaires de permis autorisés à offrir des boissons alcooliques pour « consommation sur place » (CSP).



En pratique, le timbre est devenu un outil utilisé par les corps policiers et le fisc pour accomplir leurs missions respectives :

1. Le timbre constitue un moyen efficace et peu coûteux qui indique qu'un paiement a été effectué à une autorité gouvernementale reconnue en ce qui concerne un produit soumis à un droit d'accise particulier. Rappelons que les recherches de Statistique Canada portant sur l'économie souterraine arrivent à la conclusion que les services de restauration, les débits de boissons ainsi que le commerce des boissons alcoolisées figurent aux premières loges des transactions illicites.
2. Le marquage assume un rôle complémentaire du simple fait d'être physiquement attaché à un produit. En plus de fournir une preuve visible et tangible du paiement de la taxe, sa présence garantit, dans une certaine mesure, que le produit est authentique et provient d'un fabricant autorisé.
3. Le marquage assure un rôle de traçabilité de la chaîne d'approvisionnement autant utile aux fabricants, aux établissements licenciés ainsi qu'aux autorités fiscales, policières, réglementaires et de santé publique.

Au Québec, il y a près de 23 000 permis octroyés à des établissements licenciés, la présence du timbre d'accise permet aux membres de l'ABQ de collaborer rapidement, grâce à la chaîne de traçabilité, avec les autorités policières, fiscales et réglementaires afin d'identifier les volumes, la provenance et les caractéristiques des produits. Le marquage sur les produits brassicoles permet aux policiers d'assurer une vigie efficace auprès des établissements fautifs d'avoir acheté des quantités d'alcool par le biais des réseaux non autorisés.

Lorsque des inspections ou perquisitions policières résultent en la saisie de produits fabriqués par des membres de l'ABQ ne portant pas les mentions obligatoires CSP, il est facile pour les entreprises membres d'investiguer grâce aux croisements de données pour voir si une erreur a été commise et ainsi permettre au titulaire de permis de se défendre devant la Cour ou la RACJ en fournissant la preuve de la provenance des boissons alcooliques trouvées dans son établissement.

Pour étayer la preuve sur les activités illicites d'un établissement licencié ou pour valider que des appareils de loterie vidéo sont véritablement exploités auprès d'un détenteur d'un permis de bar délivré par la Régie, le timbre permet une étroite collaboration entre les intervenants.

Les conséquences de l'abolition du timbre

L'ABQ a mené une analyse de la situation et a déterminé les conséquences de l'abolition du timbre d'accises sur les produits brassicoles au Québec. Les membres de l'ABQ ne pourraient plus collaborer de manière aussi efficace dans les efforts des gouvernements et des autorités policières contre la fraude fiscale et la lutte au crime organisé, notamment dans le cadre des activités du programme ACCES Alcool (Actions concertées pour contrer les économies souterraines). Ce programme vise à contrer les économies souterraines qu'entraîne le commerce illégal des boissons alcooliques au Québec. Le maintien de la performance des actions du comité ACCES alcool passe notamment par l'utilisation d'un système de marquage des produits alcooliques et la pleine collaboration de la grande industrie brassicole.

Chaque année, près de 8 000 inspections sont effectuées par les corps de police dans les établissements détenteurs de permis d'alcool. Conséquemment, les effets immédiats du retrait du timbre seraient de :

1. Limiter la protection de l'intégrité du régime fiscal et nuire à la récupération des revenus dus au gouvernement pour des activités de vente d'alcool sans permis et des volumes de vente non déclarés ;
2. Promouvoir la concurrence déloyale en augmentant l'offre et la demande des produits illégalement transigés notamment par l'intermédiaire de territoires exemptés des taxes à la consommation ;
3. Mettre fin à une mesure efficace et peu coûteuse pour dissuader les détenteurs de permis d'alcool de s'adonner au commerce illégal de boissons alcooliques en permettant d'identifier facilement que les contenants sont originaux et de provenance sûre ;
4. Complexifier les mesures de démantèlement des réseaux d'approvisionnement illégaux d'alcool et la fermeture de débits clandestins ;
5. Réduire la qualité de la protection de la santé publique par le retrait d'un instrument de traçabilité ;
6. Retirer aux corps policiers et aux autorités réglementaires des outils d'inspection et d'enquête en vertu de dispositions de la *Loi sur la Société des alcools du Québec*, de la *Loi sur les permis d'alcool*, de la *Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques* et de la *Loi sur l'administration fiscale*, entre autres.

Les dommages causés à la réputation d'une entreprise par la contrefaçon de ses produits, la perte de ventes et l'atteinte à la capitalisation boursière peuvent être substantiels.

Dans un souci d'assurer les meilleures pratiques en matière de protection des consommateurs et de perception des taxes, l'utilisation d'un système de traçabilité comme le timbre visuel des produits alcooliques est vraisemblablement de mise, et ce, encore aujourd'hui.

Recommandations

-  Reconsidérer la décision gouvernementale en prenant en compte l'intérêt public d'un tel changement.
-  À défaut, l'approche privilégiée devra être uniforme, peu importe la catégorie d'alcool et sa provenance (domestique ou étrangère).

La taxe spécifique

À la suite de l'adoption des hausses successives de la taxe spécifique entre 2012 et 2014, représentant une augmentation de 57,5 %, la grande industrie brassicole a dû absorber une perte de 23 cents du litre de bière vendue. Au total, ces pertes de valeur se chiffrent à 271 millions de dollars. Il s'agit d'une réalité qui reflète l'impossibilité pour les brasseurs de transférer la taxe spécifique aux consommateurs à partir de la structure même d'un marché exceptionnellement compétitif. Le choc fiscal dont l'industrie brassicole a fait les frais a provoqué de l'instabilité et de l'incertitude au sein des organisations membres de l'ABQ.

En raison du contexte hautement concurrentiel du marché de détail québécois, il est difficile de transférer la valeur totale des augmentations de la taxe spécifique aux consommateurs, puisque les détaillants sont les seuls responsables du prix final de vente. La bière étant un produit d'appel, les détaillants ont donc intérêt à maintenir son prix bas.

Entre 2012 et 2014, si des hausses de prix aux consommateurs ont eu lieu dans le cas du vin et des spiritueux — puisque le consommateur est « preneur de prix », face au monopole d'État — la situation s'est révélée très différente dans le cas des brasseurs. Contrairement à ce qui est observé pour les autres catégories d'alcool vendues par la SAQ ainsi qu'en Ontario, l'industrie québécoise de la bière a dû absorber les augmentations de la taxe spécifique, en plus de vivre une diminution du prix moyen au litre.

Lorsque les deux augmentations de la taxe spécifique se sont succédé, la SAQ a pu transférer la totalité de ces hausses aux consommateurs, en plus d'élargir sa part de profit. Il s'agit là d'une avenue impossible à réaliser pour les brasseurs évoluant en fonction des règles d'un marché libre, exceptionnellement compétitif par rapport au reste du Canada et composant avec des tendances de consommation en pleine transformation.

Dans le contexte monopolistique de la SAQ, où le consommateur est « preneur de prix », l'application des hausses de la taxe spécifique a favorisé la société d'État au détriment de l'industrie brassicole en raison des différents modèles de distribution. La hausse de la taxe spécifique sur les boissons alcooliques a également permis l'augmentation de la valeur obligatoire des versements prévus au Fonds des générations depuis 2016, passant de 100 millions de dollars pour 2014-2015 et 2015-2016 à 500 millions de dollars en 2016-2017.

Rappelons qu'entre 2013 et 2017, la part de la taxe spécifique déclarée issue de la vente de bière par rapport au total représente une moyenne annuelle de 57 %. C'est donc dire que plus de la moitié des sommes perçues pour la taxe spécifique sur les boissons alcooliques provient de l'industrie brassicole, pour laquelle près de 90 % des ventes sont réalisées par les membres de l'ABQ.

Comme le soulignait le premier ministre lors de la passation des pouvoirs, les finances publiques du Québec sont « en ordre ». La bonne santé des finances publiques couplée à l'apport des revenus réservés au Fonds des générations comme la taxe sur les boissons alcoolisées a permis de dégager une réserve de stabilisation de plus de 2,5 milliards de dollars en 2017. Celle-ci procure une marge de manœuvre qui ne devrait pas nécessiter de ponctions fiscales supplémentaires par le biais d'une hausse de la taxe spécifique sur l'alcool.

Recommandations

-  Inviter le gouvernement à s'engager à ne pas procéder à une augmentation de la taxe spécifique sur l'alcool durant le courant mandat ;
-  Modifier la réglementation pour que des augmentations de la taxe spécifique sur l'alcool et la taxe d'accise soient de facto reflétées par une hausse équivalente du prix minimum ;
-  Revoir le mode de perception de la taxe spécifique.

Prévisibilité réglementaire réclamée

En tant qu'administratrice de la *Loi sur les permis d'alcool (LPA)*, la RACJ a compétence de décider de toute question concernant les permis et les promotions et la publicité en matière d'alcool. À ce titre, l'ABQ a plusieurs fois exprimé la nécessité de simplifier, de clarifier et de moderniser la réglementation issue de la LPA, particulièrement le *Règlement sur les permis d'alcool (R5)*, afin de permettre une meilleure prévisibilité du processus décisionnel vis-à-vis d'une demande de permis de réunion pour vendre, et également le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques (R6)*, en vue d'adapter le prix minimum sur la bière en fonction des nouvelles réalités socioéconomiques entourant les consommateurs québécois.

En amont d'une refonte réglementaire, il est déjà possible de penser à des processus décisionnels plus limpides de la part de la RACJ. La problématique qui subsiste encore aujourd'hui est que les membres du personnel de la RACJ ne sont pas tenus d'expliquer les décisions qu'ils rendent par écrit en se référant à des dispositions précises de la réglementation en vertu de laquelle ces décisions sont rendues. Que la RACJ ne se prononce pas ainsi sur son interprétation de la réglementation lorsqu'il est question de décisions rendues par un membre du personnel — et non un régisseur — tient, selon l'ABQ et ses membres, d'un flou dans sa loi constitutive (*Loi sur la Régie des alcools, des courses et des jeux*). Nous sommes d'opinion que de rendre le travail d'application réglementaire plus fluide améliorera la gestion de la croissance exponentielle des permis de brasseurs.

Ce vide juridique quant à la façon dont sont appliqués les règlements et quant à la manière dont les décisions sont rendues et expliquées aux demandeurs entraîne l'absence d'une jurisprudence essentielle au bon fonctionnement des organisations, dont les activités de promotion et de publicité sont régies par une instance gouvernementale. Il en résulte une incapacité à planifier efficacement des stratégies commerciales, des activités culturelles commanditées et toutes sortes de projets d'envergure pour les brasseurs et leurs clientèles.

Recommandation

-  Toutes les décisions que rendent les membres du personnel devraient être écrites, motivées et partagées. Par exemple, il pourrait être intéressant de publier un bulletin d'interprétation accessible aux demandeurs. Ces mesures permettraient d'évacuer le risque d'arbitraire qu'une décision exécutoire, rendue sans explication, laisse planer.

Abroger des articles archaïques

Dans le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*, plusieurs dispositions relèvent d'une autre époque. L'ABQ est d'avis que ces dispositions ne s'appliquent plus au contexte contemporain de commercialisation. Elles ne constituent pas des mesures de prévention de consommation responsable en plus de représenter une contrainte inexplicable au libre commerce.

Recommandations

Les brasseurs souhaitent voir abroger les articles qui suivent :

Article	Libellé
6	« Un fabricant et un titulaire de permis ne peuvent faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique. Un distributeur ne peut faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique avec un fabricant ou un titulaire de permis. »
8	« Un titulaire de permis ou un distributeur ne peuvent faire une publicité sur les marques de boissons alcooliques d'un seul fabricant. »
12 alinéa 4	« que la dégustation soit conduite par le fabricant des boissons alcooliques offertes en dégustation ou par une entreprise indépendante du commerce des boissons alcooliques et spécialisée dans les sondages d'opinion ou par les employés de la Société. »
15	« Un fabricant ne peut vendre, donner ou fournir à un titulaire de permis, l'équipement pour l'exploitation de son permis. Aux fins du présent article, les articles publicitaires destinés à être utilisés par les consommateurs sur les lieux de l'établissement, ne sont pas considérés être de l'équipement pour l'exploitation d'un permis. »

Article 6

Il est présentement impossible pour un détenteur de permis, par exemple une chaîne de restaurants, d'afficher à l'extérieur de son commerce une publicité sur un produit alcoolique en particulier. Une mesure dont nous ignorons la finalité et qui semble archaïque dans le contexte commercial d'aujourd'hui.

Article 8

Il est présentement interdit pour un propriétaire de restaurant d'avoir des parasols identifiés à une seule marque, ou pour un propriétaire d'afficher une promotion sur une seule marque.

Article 12, alinéa 4

Présentement, un(e) employé(e) majeur(e) d'un supermarché ne peut faire goûter des boissons alcooliques dans son commerce. La dégustation doit être faite par un tiers (le fabricant lui-même de la boisson ou une entreprise indépendante). Ce qui complique inutilement les dégustations en magasin. Les employés de la SAQ sont quant à eux en mesure de tenir de telles activités en succursale.

Article 15

Cet article n'a pas sa raison d'être en plus de constituer un obstacle important au contrôle de qualité de la bière en fut. En ayant le plein pouvoir sur la gestion des équipements, les brasseurs s'assurent de la salubrité des lignes de fut en plus de veiller au bon état technique des équipements en assurant l'entretien préventif nécessaire.

Enfin, en abrogeant cet article, le législateur mettrait fin à une équité qui permet aux détenteurs de permis de brasseur artisanal de posséder ses propres équipements contrairement aux détenteurs d'un permis de brasseur industriel.

Il en va de même pour l'article 15 du *Règlement sur les permis d'alcool*.

Article	Libellé
15,1	« Un titulaire de permis de réunion doit acheter directement d'un titulaire de permis d'épicerie la bière qu'il entend vendre ou servir gratuitement. »

Les dispositions réglementaires de la bière pour emporter prévoient déjà qu'un titulaire de permis de réunion puisse aller acheter ses produits chez un détenteur de permis de brasseur. Il serait raisonnable et équitable de prévoir pareil changement au *Règlement sur les permis d'alcool* pour les brasseurs ne disposant pas de ce statut.

L'environnement

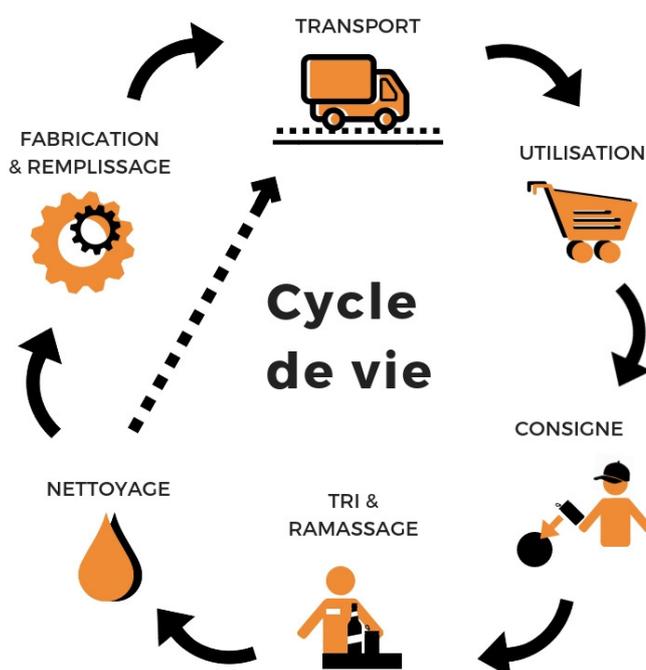
La consigne

C'est au Québec que le premier système de consigne en Amérique du Nord fut constitué en 1808 grâce à l'apport innovant de l'industrie brassicole.

En raison de l'efficacité de ses procédés, les systèmes de consigne publics et privés de bière se démarquent de manière exceptionnelle par leurs performances environnementales et économiques. L'infrastructure développée par les grands brasseurs fait en sorte que l'autofinancement du système de consignation évite toute forme de contribution en provenance des deniers publics. Qui plus est, les matières recueillies sont recyclées sans risque de contamination contrairement aux enjeux avec lesquels la collecte sélective doit composer depuis le resserrement de la réglementation chinoise sur la gestion des matières résiduelles.

La grande industrie brassicole offre un système de cueillette hors pair aux détenteurs de permis autorisés à vendre de la bière, et ce, en assurant un service de récupération qui répond à des normes de qualité élevée. Grâce à une gestion des coûts optimale, les façons de faire permettent de ramasser la totalité des contenants que les consommateurs ramènent auprès des épiciers, tant dans les zones urbanisées que rurales. Le taux de récupération des contenants à remplissage multiple mis en marché au Québec est de près de 95 %, favorisant ainsi le réemploi des contenants.

Par ailleurs, le système de consigne privé constitue le modèle d'économie circulaire par excellence au Québec. L'économie circulaire se définit comme un « système de production, d'échange et de consommation visant à optimiser l'utilisation des ressources à toutes les étapes du cycle de vie dans une logique circulaire, tout en réduisant l'empreinte environnementale et en contribuant au bien-être des individus et des collectivités » (Pôle québécois de concertation sur l'économie circulaire).



La consigne privée suit vraisemblablement cette logique. D’abord, les bouteilles sont produites notamment à Montréal. Elles prennent par la suite le chemin des brasseries pour être remplies. Après avoir été utilisées, les consommateurs les ramènent vides aux détaillants et les grands brasseurs les reprennent pour les laver et les réutiliser jusqu’à 15 fois. Après leur durée de vie utile, les bouteilles sont fondues pour redevenir de nouvelles bouteilles, et ce, à l’infini.

Ainsi, les bouteilles appartenant à la consigne privée des grands brasseurs permettent de prolonger la durée de vie des produits et des composants tout en donnant une nouvelle vie aux ressources.



Frappés par une crise dans l'industrie du recyclage depuis que la Chine a resserré ses normes de qualité pour les matières récupérées qu'elle importe, les centres de tri doivent obtenir de l'aide gouvernementale.

Redevances sur l’eau

L’industrie brassicole considère l’importance d’assurer la récupération d’une partie des coûts sociétaux de l’utilisation de l’eau, reconnaissant du même coup que celle-ci est une richesse collective. Toutefois, le gouvernement doit reconnaître la valeur compétitive de la ressource et sa nécessité dans la fabrication des produits brassicoles.

De surcroît, les bouteilles de l’industrie à remplissages multiples, qui sont consignées, lavées et réutilisées démontrent une performance environnementale incomparable parmi les contenants de boissons.

Recommandations

-  Assurer la pérennité de la consigne publique en faisant en sorte de ne pas faire supporter le fardeau de l’équilibre économique du système sur les seules épaules des grands brasseurs ;
-  Reconnaître le modèle d’économie circulaire de la consigne privée ;
-  Assurer la compétitivité des entreprises brassicoles québécoises sur l’échiquier nord-américain d’un point de vue environnemental.

Responsabilité sociale

Les membres de l'ABQ mènent leurs activités selon des standards élevés s'inscrivant dans une approche ancrée dans la responsabilité sociale des entreprises. Ces fondements se traduisent par un souci des pratiques de commercialisation, de l'environnement et des impacts sur les communautés partout au Québec.



L'ABQ croit aux fondements des pratiques commerciales liées à la consommation responsable. Ses membres s'assurent que leurs stratégies de commercialisation et la promotion de leurs produits soient en tout temps soucieux du bien-être des citoyens et diffusées de manière socialement responsable. L'ABQ rappelle que dès les années 70, l'industrie a joué un rôle prépondérant dans l'émergence d'une expertise publicitaire purement québécoise, adaptée au marché local, conforme aux dispositions réglementaires et de bon goût.

Par l'adoption d'une éthique de commercialisation répondant à des critères d'excellence irréprochables, par le travail en amont et en aval de la chaîne de valeur pour aider les fournisseurs et les détaillants à intégrer et à soutenir les innovations en matière d'environnement ainsi que par le soutien économique d'initiatives communautaires partout au Québec, la grande industrie brassicole se démarque par la nature de ses retombées, à la fois économiques et sociales.

Depuis longtemps, pour aujourd'hui et pour demain, l'engagement des grands brasseurs à l'égard de la consommation responsable, de l'environnement et des collectivités auprès desquelles ils œuvrent est clair, considérable et digne d'être souligné, car elle va bien au-delà du respect du cadre réglementaire.



Sommaire des recommandations



Sur **l'équité réglementaire et le prix minimum**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Soumettre tous les fabricants et détaillants de produits alcooliques — incluant la SAQ — aux mêmes exigences réglementaires, notamment en matière de publicité et de promotion, pour éviter des distorsions concurrentielles ;
- Adopter une politique de fixation d'un prix minimum pour tous les produits alcoolisés vendus pour consommation à domicile. Le défaut des autorités gouvernementales de ne pas étendre le principe du prix minimum aux produits vendus par la SAQ revient à accorder un avantage commercial disproportionné à une société d'État à vocation commerciale ;
- Assujettir la vente de bière pour consommation (brasseurs artisanaux) dans un autre endroit au prix minimum sur la bière.

Sur **l'incompatibilité des mandats de la SAQ et la commercialisation des boissons alcooliques**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Retirer tout rôle d'application réglementaire à la SAQ pour le confier à des organismes véritablement indépendants et à l'abri des enjeux concurrentiels, en l'occurrence la Régie de l'Alcool, des Courses et des Jeux (RACJ) et l'Agence du revenu du Québec.

Sur **la ségrégation des produits importés**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Mettre fin à l'obligation pour les importateurs de bière de procéder à la ségrégation physique de leurs inventaires ;
- Mettre fin à la mécanique législative qui impose des transactions monétaires avec la SAQ ainsi que la création de personnes morales distinctes afin de permettre la distribution et la vente de bières importées au Québec ;
- Rendre caduc le monopole du transport maritime de la SAQ. Chaque importateur de bière devrait avoir la latitude de négocier avec l'intermédiaire de son choix, incluant la société d'État à vocation commerciale.

Sur **l'abolition du timbre**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Reconsidérer la décision gouvernementale en prenant en compte l'intérêt public d'un tel changement.
- À défaut, l'approche privilégiée devra être uniforme, peu importe la catégorie d'alcool et sa provenance (domestique ou étrangère).

Sur **la taxe spécifique**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Inviter le gouvernement à s'engager à ne pas procéder à une augmentation de la taxe spécifique sur l'alcool durant le courant mandat ;
- Modifier la réglementation pour que des augmentations de la taxe spécifique sur l'alcool et la taxe d'accise soient de facto reflétées par une hausse équivalente du prix minimum ;
- Revoir le mode de perception de la taxe spécifique.

Sur **la prévisibilité réglementaire**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Toutes les décisions que rendent les membres du personnel de la RACJ devraient être écrites, motivées et partagées.

Sur **l'abrogation des articles archaïques** du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* et du *Règlement sur les permis d'alcool*, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Abroger les articles suivants du Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques

Article	Libellé
6	« Un fabricant et un titulaire de permis ne peuvent faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique. Un distributeur ne peut faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique avec un fabricant ou un titulaire de permis. »
8	« Un titulaire de permis ou un distributeur ne peuvent faire une publicité sur les marques de boissons alcooliques d'un seul fabricant. »
12 alinéa 4	« que la dégustation soit conduite par le fabricant des boissons alcooliques offertes en dégustation ou par une entreprise indépendante du commerce des boissons alcooliques et spécialisée dans les sondages d'opinion ou par les employés de la Société. »
15	« Un fabricant ne peut vendre, donner ou fournir à un titulaire de permis, l'équipement pour l'exploitation de son permis. Aux fins du présent article, les articles publicitaires destinés à être utilisés par les consommateurs sur les lieux de l'établissement, ne sont pas considérés être de l'équipement pour l'exploitation d'un permis. »

- Abroger l'article 15 du *Règlement sur les permis d'alcool*.

Article	Libellé
15,1	« Un titulaire de permis de réunion doit acheter directement d'un titulaire de permis d'épicerie la bière qu'il entend vendre ou servir gratuitement. »

Sur **le système de consigne et les redevances sur l'eau**, l'ABQ et ses membres recommandent de :

- Assurer la pérennité de la consigne publique en faisant en sorte de ne pas faire supporter le fardeau de l'équilibre économique du système sur les seules épaules des grands brasseurs ;
- Reconnaître le modèle d'économie circulaire de la consigne privée ;
- Assurer la compétitivité des entreprises brassicoles québécoises sur l'échiquier nord-américain d'un point de vue environnemental.

Conclusion

La grande industrie brassicole joue un rôle de leader de la transformation bioalimentaire, secteur au premier rang des livraisons manufacturières au Québec. Le poids de cette industrie en proportion de la population de la province est prédominant. Tout en reconnaissant que ce secteur est une fois et demi supérieur en Ontario, gardons en mémoire que la population québécoise est de 1,7 fois inférieure à celle de nos voisins. Il n'en reste pas moins que l'industrie brassicole québécoise représente près du tiers de l'industrie brassicole du pays.

Alors que l'on reproche souvent au secteur manufacturier québécois d'être en retard en termes de productivité en raison de sous-investissements chroniques, on ne peut certes pas faire le même constat avec la grande industrie brassicole. En s'intéressant à la valeur ajoutée manufacturière, un outil d'analyse qui permet d'évaluer la richesse engendrée par la fabrication d'un produit, les membres de l'ABQ se dressent comme piliers incontournables des activités manufacturières au Québec.

La grande industrie brassicole se distingue aussi par des investissements substantiels dans un marché de consommation à maturité. Il est manifeste que les dépenses en immobilisation des grands brasseurs ont joué un rôle prépondérant à cet égard. S'il est vrai que des investissements massifs ont eu lieu dans les brasseries situées tant dans la région de Montréal que de Québec, il faut aussi souligner la présence de Labatt, MolsonCoors et de Sleeman dans une cinquantaine de municipalités québécoises essaimées partout sur le territoire. Cette présence active suscite des investissements appréciables pour assurer la vitalité économique et sociale de nombreuses régions du Québec.

La capacité du secteur brassicole québécois de produire de la valeur ajoutée laisse entrevoir des perspectives de croissance future qui pourront bénéficier à l'ensemble du Québec. Cette occasion à saisir dépend largement de la volonté du gouvernement d'être à l'écoute des enjeux de l'industrie. Ainsi, pour permettre à un secteur d'activité pluricentenaire de poursuivre son rôle de leader économique, les membres de l'ABQ demandent une équité et une cohérence réglementaire adaptées aux conditions de marchés contemporaines.



Conformité des pratiques en matière d'importation et de commercialisation de l'alcool au Québec au regard du droit québécois canadien et international, Dufour, Oulaï et David Pavot

Consigneco, 2018, <https://consigneco.org/a-propos/>.

Couillard, L. (2018). IBISWorld, *Breweries in Canada*, Industry Report 32212CA, October 2018.

Enquête AppEco sur les grands brasseurs, 2016.

Gouvernement du Québec, (2018). *Le plan économique du Québec*, Budget 2018-2019.

Institut national de Santé Publique du Québec, mémoire déposé à la commission des institutions, 2018.

Lajoie, G. (2018). *Couillard laisse « les finances publiques en ordre », se réjouit Legault*, TVA Nouvelles, Groupe QMI, publié le 5 octobre 2018, <https://www.tvanouvelles.ca/2018/10/05/couillard-laisse-les-finances-publiques-en-ordre-se-rejouit-legault>.

Ministère des Relations internationales et de la Francophonie, (1993). *Mémoire d'accord États-Unis – Canada sur les pratiques provinciales de commercialisation de la bière*, publié le 29 septembre 1993 <http://www.mrif.gouv.qc.ca/content/documents/fr/ententes/1993-AC01.pdf>.

Pôle québécois de concertation sur l'économie circulaire, article disponible sur Recyc-Québec (2018). *L'économie circulaire, une priorité*, <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/entreprises-organismes/mieux-gerer/economie-circulaire>.

Politique de mise en marché, SAQ, 1990.

Recyc-Québec, (2018). *Le système de consignation*, Fiche informative, mars 2018, <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/Fiche-info-consigne.pdf>.

Revenu Québec, 2018.

SAQ, *Rapport annuel*, 2018.

SAQ, Site internet officiel, 2018.

Statistique Canada, (2016). *Indice des prix à la consommation mensuel, non désaisonné*, 18-10-0004-01, anciennement CANSIM 326-0020, géographie ; Canada.



RÉFÉRENCES