



**L'Association des brasseurs
du Québec**



MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À LA COMMISSION DES INSTITUTIONS

**CONSULTATIONS PARTICULIÈRES ET AUDITIONS PUBLIQUES SUR LE
PROJET DE LOI N° 72, LOI MODIFIANT DIVERSES DISPOSITIONS
LÉGISLATIVES CONCERNANT PRINCIPALEMENT DES ORGANISMES DU
DOMAINE DE LA SÉCURITÉ PUBLIQUE**

NOVEMBRE 2020



À PROPOS

Référence dans l'industrie brassicole, **l'Association des brasseurs du Québec (ABQ)** représente ses membres auprès de divers organismes gouvernementaux, de groupes d'intérêts et des médias. Les trois grands brasseurs membres de l'ABQ — Molson Coors, Labatt et Sleeman — réalisent 90 % des ventes de bière au Québec.

La grande industrie brassicole est un leader du secteur de la transformation alimentaire : ses retombées économiques se chiffrent à 1 milliard de dollars annuellement. Elle génère plus de 3 100 emplois directs et 33 000 emplois indirects en plus de contribuer étroitement au succès de milliers de PME québécoises évoluant dans plus d'une dizaine de secteurs économiques, notamment en soutenant l'intégration d'innovations en matière d'environnement tout au long de la chaîne de valeur. Pour la région de Montréal plus précisément, les membres de l'ABQ font des affaires avec quelque 1 100 entreprises.

Les entreprises membres de l'ABQ sont enracinées dans la société québécoise. 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.



Table des matières

Introduction	4
Commentaires généraux	4
Commentaires spécifiques sur le projet de loi n° 72	5
Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques	6
Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques	7
Loi sur les permis d'alcool	7
Règlement sur les droits et les frais payables en vertu de la Loi sur les permis d'alcool ..	8
Règlement sur la taxe de vente du Québec	8
Corriger l'iniquité réglementaire	9
Société des alcools du Québec	9
Notions de contrôle effectif	9
Rôles des agents distributeurs	10
Recommandations	11
Conclusion	11

Introduction

Le paysage québécois en matière de réglementation des boissons alcooliques apparaît à bien des égards comme appartenant à un autre siècle. C'est pourquoi l'Association des brasseurs du Québec (ABQ) réagit positivement aux modifications législatives et réglementaires proposées dans le projet de loi n° 72, *Loi modifiant diverses dispositions législatives concernant principalement des organismes du domaine de la sécurité publique*.

Ces changements modifient diverses mesures concernant les permis d'alcool et les boissons alcooliques afin notamment de :

- supprimer certaines restrictions applicables aux publicités sur des boissons alcooliques ;
- permettre au titulaire d'un permis de restaurant pour vendre de déléguer à un tiers les activités de livraison de boissons alcooliques autorisées par son permis;
- établir des conditions pour l'exploitation d'un permis de restaurant pour vendre ou pour servir ;
- permettre que le prix des boissons alcooliques vendues pour emporter ou livrer diffère du prix des boissons alcooliques vendues pour consommation sur place ;
- réitérer l'utilisation du marquage des contenants de boissons alcooliques vendues pour emporter ou livrer ;
- faire entrer en vigueur certaines dispositions de la *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, dont celles concernant l'exploitation d'un permis sur une base saisonnière.

Le projet de loi n° 72 apporte ainsi des modifications au cadre réglementaire qui ont le mérite de faciliter la vie des détenteurs de permis sans toutefois impacter les conditions de marché. Une réflexion s'impose toutefois sur les conditions de fabrication et de commercialisation de l'alcool au Québec pour tenir compte du contexte moderne de la concurrence et du développement des marchés, et ce, tout en assurant un encadrement adéquat de la vente d'alcool pour prévenir les dérives, assurer la prévention des méfaits et tenir compte de la santé publique.

Ce vaste chantier devrait débiter en s'attaquant à l'épine dorsale du corps réglementaire avec la *Loi sur la Société des alcools du Québec (RLRQ, chapitre S-13)*, et ce, de manière impartiale en ne privilégiant pas des acteurs au détriment d'autres. Qui plus est, au nom de l'équité, tout changement dans les paramètres légaux de la commercialisation doit aussi s'accompagner d'une refonte de la *Loi sur les permis d'alcool (RLRQ, chapitre P-9.1)*, de la *Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques (RLRQ, chapitre I-8.1)* ainsi que du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques (RLRQ, chapitre P-9.1, r. 6)* puisque ces pièces législatives et réglementaires sont imbriquées les unes aux autres à la manière des briques et du mortier des murs d'un édifice.

Commentaires généraux

Aujourd'hui, 17 lois et règlements de juridiction provinciale touchent directement l'industrie brassicole québécoise par le simple fait que les plus grandes entreprises de ce secteur exercent des activités complexes et dont les ramifications touchent à la fois la fabrication, la

commercialisation, la distribution et la récupération. Une multitude d'autres lois fédérales et un partage parfois complexe des compétences se rajoutent à l'environnement juridique actuel.

Le législateur doit composer avec un cadre réglementaire désuet et qui, dans bien des cas, n'est plus en adéquation avec le contexte de commercialisation et les mœurs sociales actuelles. Les mesures d'allégement réglementaire avancées depuis quelques années pour colmater les brèches ont parfois laissé dans leurs sillages des zones grises qui rendent pénibles l'interprétation réglementaire dans un environnement aussi complexe que l'alcool.

Pour éviter de répéter un mauvais film dans lequel, de temps à autre, des changements superficiels sont apportés sans toutefois pousser la réflexion plus loin en raison des effets structuraux susceptibles de bouleverser les lois du marché, une réflexion en profondeur doit être entreprise sur la réglementation des produits alcooliques afin de l'adapter au contexte contemporain. Les fondements qui guident la réglementation des produits alcooliques doivent donc impérativement être revus et corrigés en tenant compte du fait que :

- le rôle de régulateur social de la SAQ s'est estompé pour laisser de plus en plus de place à son statut de société d'État à vocation commerciale ;
- le commerce de détail a évolué et s'est raffiné avec l'approche de gestion par catégorie ;
- de nouveaux marchés se sont développés et les liens commerciaux se sont complexifiés ;
- l'industrie brassicole s'est consolidée et internationalisée ;
- de nouveaux produits et de nouveaux marchés se sont développés ;
- l'avènement de nouvelles technologies a chamboulé le commerce de détail.

Avant d'entamer cette réflexion, il convient de souligner qu'il est hasardeux de jouer au jeu des comparaisons. Au Canada et, dans une plus large mesure, en Amérique du Nord, les modèles de commercialisation et de distribution des produits alcooliques sont pour le moins disparates d'une juridiction à l'autre. À titre d'exemple, le Québec fait figure d'exception où seuls les détaillants en alimentation ont le pouvoir de fixer les prix de vente.

Ainsi, dans un exercice de modernisation du cadre réglementaire, il pourrait être tentant d'isoler une composante du marché de l'alcool d'une autre juridiction et de faire siens ses avantages sans toutefois prendre compte des réalités du marché québécois, ce qui aurait visiblement des conséquences sur les acteurs de l'industrie. Il faut donc éviter le piège de l'arbre qui cache la forêt et prendre le temps d'avoir une vision globale dans la prise de décision.

Commentaires spécifiques sur le projet de loi n° 72

L'ABQ voit d'un bon œil les changements proposés dans le projet de loi n° 72. Bien que tous souhaitent aussi des changements de fond pour moderniser le cadre réglementaire en matière de boissons alcooliques, il faut cependant procéder de manière ordonnée en prenant soin de ne pas créer d'iniquité entre les acteurs.

Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques

Les origines du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* remontent à près de trente ans sans que des changements significatifs y aient été apportés. Conséquemment, de nombreux articles dudit Règlement occasionnent des déséquilibres et des désagréments profonds dans les canaux de commercialisation de l'alcool au Québec.

En abrogeant les articles 6 et 8 du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*, le projet de loi n° 72 vient corriger deux problématiques qui n'ont aucun impact à l'égard de la protection du public. L'ABQ et ses membres ne peuvent qu'être satisfaits de ces premiers pas vers la modernisation du cadre réglementaire.

L'article 6 dudit Règlement interdit à un fabricant ou à un distributeur de faire une publicité conjointe avec un titulaire de permis. Cela veut dire, par exemple, qu'un brasseur ne peut s'associer à un restaurant pour la réalisation d'une publicité, à moins que celle-ci ne soit uniquement destinée à être diffusée à l'intérieur des murs de l'établissement. À l'heure de la relance économique, il sera désormais possible de créer des synergies entre partenaires d'affaires que sont les brasseurs et les restaurateurs.

L'article 8 du Règlement prévoit quant à lui qu'« un titulaire de permis ou un distributeur ne peuvent faire une publicité sur les marques de boissons alcooliques d'un seul fabricant ». Les ramifications de cet article se manifestent concrètement par le fait qu'un brasseur ne peut pas, par exemple, commanditer les parasols des terrasses extérieures d'un établissement à l'effigie d'une seule marque de bière. L'article 8 l'oblige à fournir à son partenaire d'affaires au moins un parasol aux couleurs d'une autre marque. Alors que les fondements de cette disposition sont difficiles à retracer, il est clair qu'elle n'a plus sa raison d'être.

Plusieurs autres dispositions dans le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* relèvent d'une autre époque, notamment les articles 12 et 15. 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.

En vertu du quatrième alinéa de l'article 12 du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*, il n'est pas permis pour une personne majeure à l'emploi d'un détaillant en alimentation de faire goûter des boissons alcooliques dans son commerce. La dégustation doit être tenue par un tiers, par exemple le fabricant lui-même de la boisson ou une entreprise indépendante. Cette interdiction complique inutilement les dégustations en magasin. Il convient de souligner que les employés de la Société des alcools du Québec (SAQ) sont quant à eux en mesure de tenir de telles activités en succursale. Les raisons motivant le maintien de cet article semblent donc sans fondement, d'autant plus que la SAQ profite de son non-assujettissement au Règlement.

L'article 15 du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* interdisant un fabricant de vendre, donner ou fournir à un titulaire de permis l'équipement pour l'exploitation de son permis n'a pas sa raison d'être en plus de constituer un obstacle important au contrôle de qualité de la bière en fût. En ayant le plein

pouvoir sur la gestion des équipements, les brasseurs s'assurent de la salubrité des lignes de fût 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 iniquité qui permet aux détenteurs de permis de producteur artisanal de bière de posséder ses propres équipements contrairement aux détenteurs d'un permis de brasseur.

Suivant la même logique que les points précédents, il appert que d'autres modifications simples pourraient être apportées pour réduire le fardeau législatif désuet. En ce sens, l'article 15.1 du *Règlement sur les permis d'alcool* prévoit qu'« un titulaire de permis de réunion doit acheter directement d'un titulaire de permis d'épicerie ou d'un titulaire de permis de producteur artisanal de bière délivré en vertu de la *Loi sur la Société des alcools du Québec* la bière qu'il entend vendre ou servir gratuitement ». Il serait raisonnable et équitable de prévoir des changements au *Règlement sur les permis d'alcool* pour qu'un titulaire de permis de réunion puisse s'approvisionner auprès d'un détenteur de permis de brasseur industriel.

Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques

Les modifications proposées par le projet de loi n°72 sont accueillies favorablement par l'ABQ. Ses membres ne sont toutefois pas sans savoir que d'autres intervenants inciteront le législateur à aller plus loin et à ouvrir des brèches importantes du cadre réglementaire actuel. À ceci, la grande industrie brassicole rappelle la nécessité de ne pas créer d'iniquité entre les acteurs de l'industrie.

Voici un exemple auquel pourrait être confronté le législateur. Les fabricants de spiritueux vont arguer que, si une boisson aromatisée à base de malt avec une teneur en alcool de moins de 7 % peut être vendue dans les épiceries et les dépanneurs et livrée par les restaurants, il en devrait être de même pour des produits similaires à base de spiritueux.

Dans les faits, cette proposition induirait une concurrence déloyale dans le contexte réglementaire actuel à plusieurs égards. Par exemple, les fabricants de spiritueux ne sont pas assujettis à quelconque prix minimum, contrairement aux produits brassicoles vendus dans les canaux de commercialisation privés en vertu du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*. Une guerre de prix aurait pour effet de désavantager indûment une catégorie de produits au détriment d'une autre dans un contexte réglementaire avantageant un type de fabricants.

Si on permet d'élargir les canaux de distribution des différents alcools et que de nouveaux privilèges sont accordés, il serait de mise que les grands brasseurs fassent l'objet des mêmes considérations. Pourquoi les membres de l'ABQ ne pourraient-ils pas un jour faire de la vente directe aux consommateurs soit par la vente en ligne ou dans des magasins spécialisés ? Pourquoi le réseau commercial public de la SAQ n'est-il pas assujetti aux mêmes règles de mise en marché et de consommation responsable que leurs concurrents des réseaux privés ?

Loi sur les permis d'alcool

En proposant des modifications sur les conditions d'obtention et de maintien du permis de restaurateur dans le projet de loi n° 72, l'ABQ comprend que l'intention du législateur est de clarifier certaines zones grises relatives à la vente de boissons alcooliques pour emporter ou

pour livrer. N'étant pas des exploitants dans le monde de la restauration, l'ABQ et ses membres laissent aux les titulaires de ce type de permis le soin de faire valoir leur position.

Ce faisant, l'ABQ n'a pas l'intention de se prononcer sur la pertinence qu'un titulaire d'un permis de restaurant puisse déléguer à un tiers la livraison et la perception du paiement dû pour la vente de boissons alcooliques. Il s'agit avant tout d'une décision de gestion propre au modèle d'affaires choisi par les exploitants d'un établissement.

Au nom de l'équité envers les établissements qui opèrent leur propre service de livraison, il est cependant primordial que des principes équitables s'appliquent, peu importe le modèle opérationnel retenu. L'ABQ appuie donc la proposition à l'effet que : « la délégation doit faire l'objet d'une entente écrite entre le titulaire de permis et le tiers ». En plus de ce qui précède, le fait que « le titulaire de permis doit conserver cette entente jusqu'à la date qui suit de trois ans celle à laquelle elle a pris fin » prévient les dérives par des notions strictes d'imputabilité.

Par ailleurs, souscrivant au principe que l'alcool n'est pas un produit de consommation comme les autres, les membres de l'ABQ croient qu'il faille s'assurer que les produits alcooliques ne soient pas remis dans les mains d'une personne mineure. Conséquemment, la disposition du projet de loi n° 72 qui prévoit que : « la personne qui effectue la livraison en vertu de la présente section ne peut livrer les boissons alcooliques à une autre adresse que celle qui apparaît sur la facture ou sur un autre document de même nature » pourrait être bonifier pour garantir la probité des ventes de boissons alcooliques pour livrer.

Règlement sur les droits et les frais payables en vertu de la Loi sur les permis d'alcool

Les restaurateurs doivent évoluer dans un monde des plus concurrentiels avec des marges bénéficiaires constamment sous pression. La volonté de revoir le mode tarifaire des permis constitue certes une bonne approche qui aura pour effet de donner un peu d'air à une industrie sous haute pression.

Règlement sur la taxe de vente du Québec

Des mécanismes de traçabilité sont requis pour assurer l'intégrité du système fiscal. À cet égard, le marquage des contenants de boissons alcooliques s'impose visiblement comme la solution la moins coûteuse et la plus efficace. L'ABQ est rassurée de voir que le projet de loi n° 72 réitère l'utilisation dudit marquage des contenants de boissons alcooliques vendues pour emporter ou livrer.

Il est utile de rappeler que, par leur nature, les produits alcooliques font l'objet de convoitise dans les marchés illicites. Le Québec n'est pas à l'abri de dérives comme l'histoire récente le démontre avec le cas précis des produits Four Loko. Pendant plusieurs mois, du malt a été substitué par de l'alcool éthylique dans le processus de fabrication afin d'accélérer la cadence de production pour notamment tirer parti d'un avantage compétitif. Ce produit a été fabriqué et distribué illégalement au Québec soulevant au passage de nombreux problèmes d'innocuité pendant plusieurs mois. Par la suite, les entreprises concernées ont été condamnées à verser 1,65 M\$ à l'Agence du revenu du Québec pour des infractions en matière de fraude fiscale.

Les enjeux de traçabilité sont souvent au cœur des difficultés de contrôle en matière de vente prohibée d'alcool et d'évasion fiscale. L'ABQ et ses membres ne peuvent qu'enjoindre le législateur à la plus grande prudence dans ce domaine.

Corriger l'iniquité réglementaire

Société des alcools du Québec

L'ABQ et ses membres ne peuvent qu'être satisfaits des premiers pas vers la modernisation du cadre réglementaire en matière de boissons alcooliques. Or, il n'en demeure pas moins que le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* doit faire l'objet d'un grand chantier de réflexion. Cette réflexion est d'autant plus nécessaire alors qu'aucune pratique commerciale de la Société des alcools du Québec n'est soumise à ce Règlement, contrairement aux membres de l'ABQ qui commercialisent majoritairement leurs produits par le biais des canaux privés de vente d'alcool, soit les épicerie et les dépanneurs.

Issue autrefois d'une volonté de protection des consommateurs, la SAQ adopte aujourd'hui une approche commerciale qui est bien loin de son rôle de régulateur social. Par exemple, la société d'État à vocation commerciale propose des promotions centrées sur la gestion par catégorie tout en bénéficiant d'une exemption de l'application du prix minimum, et ce, même sur la bière. Cette situation mène à un traitement plus favorable à l'égard de la SAQ, qui ne semble plus justifié au regard de son mandat historique de protection de santé publique.

La SAQ assume donc, à partir de son mandat commercial, des pratiques en matière de promotion qui ne sauraient être acceptées par la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) si elles étaient mises de l'avant par les joueurs de l'industrie brassicole. Le programme de fidélité *Inspire* représente un exemple tangible de ce constat. Plusieurs types de rabais substantiels ne seraient pas autorisés dans le réseau privé de la vente de détail en vertu du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*. Pour répondre à cette iniquité, il ne s'agit pas de proscrire cette initiative. L'ABQ croit plus tôt qu'un prix minimum devrait être appliqué à toutes les catégories d'alcool. Conséquemment, la mécanique de ristourne des points *Inspire* ne devrait permettre la vente d'un produit en dessous du prix minimum pour la catégorie d'alcool concernée.

La SAQ se comporte dans le marché selon les mêmes paramètres commerciaux et financiers qu'une entreprise privée de détail. Il est donc raisonnable et équitable qu'elle soit soumise au même cadre réglementaire que les autres acteurs de l'industrie.

Notions de contrôle effectif

En raison de règles administratives découlant d'une interprétation de la *Loi sur la Société des alcools du Québec*, la RACJ impose un encadrement sévère dans la distribution de la bière au Québec. Pour les membres de l'ABQ, le principal enjeu ne réside pas dans la pertinence ou non d'établir des paramètres stricts de fonctionnement au nom de la santé et de la sécurité publiques. Leur engagement en matière de consommation responsable est inébranlable.

Par contre, le temps est venu d'entreprendre une réflexion sur l'encadrement de la commercialisation des boissons alcooliques et d'adapter cet encadrement en fonction du

contexte contemporain de commercialisation et des percées technologiques. Dès lors, il faut établir des règles du jeu équitables et prévisibles pour tous les joueurs dans le but de garantir un environnement commercial propice à la saine concurrence et où tous sont soumis au même encadrement.

Il est déplorable de constater que les producteurs et distributeurs de bière évoluant dans le marché du Québec ne soient toujours pas égaux selon la provenance de leur produit. En vertu de la règle du traitement national en matière commerciale ainsi que de la règle du traitement national en matière d'investissement direct étranger reconnue comme une norme coutumière, des produits similaires doivent être traités de manière équitable en évitant d'accorder à un produit un traitement préférentiel sous prétexte qu'il est d'origine locale.

Or, ce n'est pas le cas au Québec alors que les marques de bière importées au Québec doivent, en outre, disposer d'une entité corporative indépendante pour assurer la distribution des produits selon les dispositions prévues par les articles 25.1 et 29 de la *Loi sur la Société des alcools du Québec*.

Pour mettre un terme à cette situation, l'ABQ réitère la nécessité d'établir des règles du jeu de manière équitable et prévisible pour tous les joueurs dans le but de garantir un environnement commercial propice à la saine concurrence et où tous sont soumis au même encadrement.

Rôles des agents distributeurs

En 1992, la *Loi sur la Société des alcools du Québec* a été modifiée afin d'introduire la notion de permis de distributeur dans la législation québécoise. À l'époque, l'objectif recherché était de rendre obligatoire la nécessité de posséder un établissement au Québec afin de traiter les brasseurs étrangers sur un pied d'égalité avec les brasseurs déjà installés au Québec. Dans le contexte commercial du temps, le Québec ouvrait ses frontières aux brasseurs étrangers et ces derniers accédaient pour la première fois aux épiceries et aux dépanneurs, une prérogative qui appartenait alors seulement aux succursales de la SAQ.

En précisant l'activité commerciale réglementée par le permis de distributeur de bière et le permis d'entrepôt, le législateur québécois a introduit les notions d'agent et de possession d'un établissement au Québec. Par contre, ces notions d'agent et d'établissement ne sont pas définies par le législateur, ce qui accentue l'incertitude quant aux exigences de conformité.

Un « agent peut vendre, aux mêmes conditions que le titulaire de permis de brasseur, de distributeur de bière ou de fabricant de cidre dont il est l'agent, les boissons alcooliques qu'il entrepone. »

- Article 29 de la *Loi sur la Société des alcools du Québec*

Un « agent » représente une ou plusieurs marques de produits alcooliques et reçoit une rémunération pour les services rendus auprès de ses clients.

Un « distributeur de bière » est généralement une entité disposant d'actifs traditionnels qui achète (ou importe) des produits, gère des inventaires et revend le produit à des clients

Puisqu'elle n'est pas clairement définie dans la réglementation, la notion d'agent et les cadres juridique et administratif applicables se sont dessinés par l'entremise de la jurisprudence des multiples causes entendues par le tribunal de la RACJ au fil des ans. Cette façon de faire à mener à une interprétation qui, en plus d'enfreindre les dispositions d'ententes commerciales internationales en raison de la règle du traitement national, oblige les détenteurs de permis à se soumettre à des conditions jugées excessives, notamment par la nécessité d'espaces d'entreposage délimités par un périmètre distinct à l'intérieur même d'entrepôts obligatoirement sécurisés, et ce, spécialement pour les produits importés.

L'ABQ et ses membres saluent le travail qui a été entamé à la fois par la RACJ et le Comité-conseil sur l'allègement réglementaire et administratif du ministère de l'Économie et de l'Innovation pour mettre fin à ces pratiques sans fondement dans un contexte de commercialisation contemporain. Il faut maintenant poursuivre les efforts.

Recommandations

L'ABQ recommande de :

1. Entériner les changements réglementaires proposés dans le projet de loi n° 72.
2. Entamer une profonde réflexion sur l'encadrement réglementaire entourant la fabrication et la commercialisation d'alcool au Québec en privilégiant une refonte de la *Loi sur la Société des alcools du Québec*.
3. Soumettre les fabricants et distributeurs au même encadrement réglementaire, et ce, peu importe qu'ils choisissent le réseau public de commercialisation (SAQ) ou le réseau privé (épiceries et dépanneurs).
4. Assujettir toutes les catégories d'alcool à un prix minimum en fonction de leur teneur en alcool au nom de l'équité réglementaire et de la santé publique.

Conclusion

Si l'industrie des boissons alcooliques est un secteur hautement réglementé, d'aucuns diront que la grande majorité de ces lois et règlements sont fondés. La question n'est plus de savoir s'il y a trop ou pas assez de règles pour favoriser l'essor du secteur, mais bien comment assurer que la réglementation soit adaptée au contexte contemporain de manière équitable et cohérente.

Est-ce que cet encadrement mérite d'être revisité ? La réponse est affirmative. L'ABQ ne préconise pas le statu quo, mais elle exhorte les pouvoirs publics à agir avec prudence dans le cadre de réformes réglementaires. Encore une fois, l'équité entre les produits, leur provenance et la sécurité publique doivent au cœur de la réflexion.

En somme, il faut donc retenir que les membres de l'Association des brasseurs du Québec :

- accueillent favorablement les modifications législatives et réglementaires proposées par le projet de loi n° 72 ;
- attirent l'attention sur l'évolution du marché des boissons alcooliques, pour lequel le cadre juridique est devenu désuet ;

-
- invitent le gouvernement à poursuivre les travaux de modernisation du cadre réglementaire des boissons alcooliques ;
 - insistent sur la nécessité d'entamer une réflexion sur l'encadrement réglementaire de la fabrication et de la commercialisation d'alcool au Québec selon des principes d'équité, de prévisibilité et de saine concurrence et où tous sont soumis au même encadrement.