



**L'Association des brasseurs
du Québec**

**MÉMOIRE
PRÉBUGDÉTAIRE
2022-2023**

PRÉSENTÉ AU MINISTRE DES FINANCES DU QUÉBEC

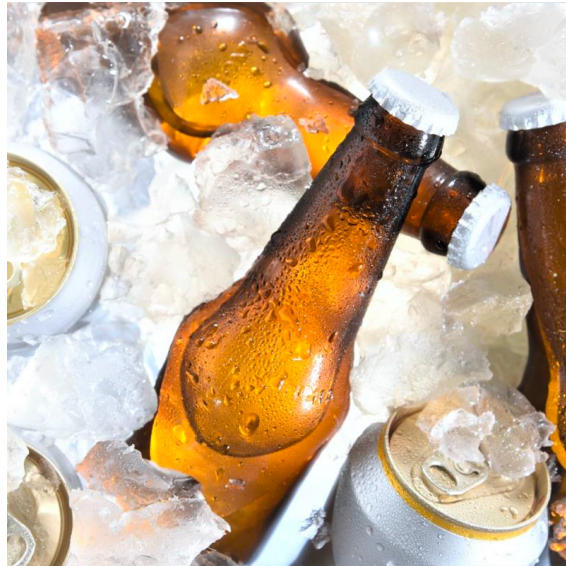
FÉVRIER 2022

À propos

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

Les trois grands brasseurs membres de l'ABQ – MolsonCoors, Labatt, et Sleeman – réalisent 90 % des ventes de bière dans la province. Ils génèrent ensemble plus de 3 000 emplois directs au Québec et 33 000 emplois indirects.

Les entreprises membres de l'ABQ sont bien ancrées dans notre histoire 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.



Introduction

La force et les retombées sociales et économiques de l'industrie brassicole québécoise ne sont plus à faire. Profondément liée à l'histoire du Québec, l'industrie de la bière d'ici demeure un acteur de premier plan pour la prospérité économique à laquelle aspirent les Québécois de toutes les régions.

Rappelons que les membres de l'Association des brasseurs du Québec (ABQ), Les brasseries Labatt Ltée, MolsonCoors Canada et Les Brasseries Sleeman Ltée., possèdent une cinquantaine d'installations au Québec, dont cinq brasseries. Ils emploient 3000 personnes et engendrent près de 36 000 emplois directs et indirects. Ensemble, ces entreprises génèrent pour le Québec un produit intérieur brut (PIB) qui s'élève à 1 milliard \$.

Grâce aux investissements des membres de l'ABQ, l'industrie de la bière a joué un rôle prépondérant dans les investissements du secteur de la fabrication des aliments et des boissons, dont l'apport est important dans l'économie québécoise. Alors que le gouvernement du Québec encourage les entreprises manufacturières à intégrer de nouvelles technologies, les brasseurs québécois s'inscrivent parfaitement dans cette mouvance.

Ainsi, en raison de la forte présence économique des brasseurs et de leur ancrage résolument local, un écosystème brassicole s'est développé au Québec autour de 2 000 fournisseurs. Cet écosystème comprend, entre autres, une des plus importantes malteries du nord-est américain, une des deux seules usines de fabrication de contenants alimentaires de verre au Canada et un des plus importants centres de recherche et de développement d'équipements de production de breuvages en Amérique du Nord.

Cette expertise constitue un vecteur essentiel du développement d'entreprises émergentes du secteur des boissons alcooliques au Québec.

Une industrie en évolution

Située au carrefour de l'agroalimentaire et du manufacturier, l'industrie brassicole est au cœur du Québec économique depuis les débuts de l'industrialisation. Des entreprises du secteur sont devenues, au fil du temps, symboles culturels.

Aujourd'hui la croissance mondiale de la consommation de la bière se trouve à l'extérieur des marchés traditionnels comme l'Amérique du Nord. Au Québec, la valeur totale des ventes d'alcool se situe autour de 5 milliards de dollars annuellement et tend à se stabiliser depuis les dernières années. En effet, bien que le nombre de permis de brasseurs ait augmenté, la consommation de bière plafonne au Québec. Selon les prévisions, cette tendance devrait se poursuivre.

C'est dans ce contexte que les brasseurs du Québec continuent d'adapter leurs produits afin tenir compte de l'évolution des habitudes de consommation des Québécois et de s'adapter aux nouvelles réalités induites par les changements démographiques. Par exemple, la population est vieillissante et les baby-boomers qui prennent leur retraite modifient leurs habitudes tandis que les nouveaux consommateurs et les jeunes ont leurs exigences distinctives.



En général, les consommateurs d'expérience préfèrent les marques qu'ils connaissent bien. Avec l'âge, ils ont tendance à les acheter moins souvent, mais sont prêts à déboursier une valeur supérieure pour les produits qu'ils apprécient. En revanche, les milléniaux ont des goûts plus novateurs. Ce segment de consommateurs a développé une appréciation pour les produits de spécialité et d'importation en fonction d'un style de vie ou de la particularité des produits.

Dans les deux cas de figure, la sensibilité accrue des consommateurs envers les saines habitudes de vie pousse l'industrie à s'adapter et à développer des produits qui répondent aux exigences de consommateurs de plus en plus engagés. Ainsi, la popularité des bières sans alcool ou à faible teneur d'alcool est telle que ce segment du marché a explosé au cours des dernières années avec une offre de produits d'une ampleur jamais vue auparavant.

Parallèlement, ici comme ailleurs, les consommateurs sont à la recherche d'expériences distinctives en matière d'alcool. Ils sont prêts à expérimenter de nouvelles façons de consommer, ce qui les conduit notamment à essayer différents styles de bières. De la sorte, les grands brasseurs s'efforcent d'offrir un porte-folio de marques qui répond à chacune des attentes. Que ce soit pour les produits spécialisés, les produits importés ou les grandes marques domestiques, les quelque 300 produits des membres de l'ABQ offerts au Québec comblent l'éventail des goûts des consommateurs.



Pour une fiscalité réfléchie et équitable

Un besoin urgent de moderniser la notion de prix minimum

Le prix de la bière au Québec est assujéti au *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*. En vertu de ce règlement, la Régie des alcools, des courses et des jeux révisé tous les ans le prix plancher de la bière et édicte une hausse basée sur l'indice des prix à la consommation (IPC) établi par Statistique Canada.

Un rapport de recherche de 2020 de l'Institut National de Santé Publique du Québec indique : *Le prix minimum est un « prix plancher » sous lequel il est interdit de vendre de l'alcool.*

Disons-le d'emblée : le fait d'établir un prix minimum aux boissons alcoolisées constitue un mécanisme efficace pour encourager une consommation modérée et responsable. Toutefois, au Québec, seule la bière est assujétié à un prix de détail minimal alors que d'autres catégories de produits alcooliques peuvent être vendues à des prix pouvant inciter à une consommation excessive d'alcool.

En ce sens, nous croyons le moment venu que les politiques de prix minimum s'appliquent également aux autres catégories de boissons alcooliques tels que le vin, le cidre et les spiritueux.

Cela fait d'ailleurs plus de quinze ans que la stratégie canadienne sur l'alcool « Réduire les méfaits liés à l'alcool au Canada : Vers une culture de modération » recommande d'établir des prix minimums de référence sociale pour toutes les boissons alcoolisées.

D'autant plus, cette approche est mise de l'avant par plusieurs intervenants au Québec, notamment ceux provenant du domaine de la santé. Par exemple, l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ) propose également, dans son rapport intitulé "Portrait du marketing de l'alcool : des stratégies pour tous les goûts" que le prix minimum sur l'alcool ne soit plus limité qu'aux produits brassicoles (page 66 du rapport publié en janvier 2021).

En outre, l'extension des politiques de prix minimum de l'alcool au détail à d'autres catégories de produits offrirait une occasion idéale de revoir les tarifs actuels et la formule d'ajustement annuel pour la bière.

Une anomalie dans la structure actuelle se traduit en fait par le prix minimum par verre d'alcool standard est plus bas pour les bières à teneur élevée en alcool que pour celles à teneur plus faible.



Enfin, un examen des politiques actuelles de prix minimaux permettrait de revoir les prix minimaux actuels de la bière pour s'assurer qu'ils sont pertinents par rapport aux prix des autres biens et services sur le marché et qu'ils restent efficaces dans leur objectif principal, l'encouragement d'une consommation modérée et responsable.

La taxe spécifique

Dans la dernière décennie, l'industrie de la bière a connu des hausses successives de la taxe spécifique, représentant une augmentation de 57,5 %. Celle-ci a dû alors 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.

Il faut le rappeler, l'industrie brassicole québécoise fait face à des défis de taille avec la globalisation des marchés, la décroissance du marché et la compétitivité des secteurs du vin et des spiritueux.

En conséquence, les brasseurs réitèrent leur demande à l'effet que la taxe spécifique s'appliquant à la bière ne soit pas augmentée. Toute hausse de la taxe spécifique affaiblirait de manière irrémédiable le potentiel d'innovation et la capacité d'investissement de l'industrie brassicole québécoise.

Pour un environnement d'affaires encourageant la productivité et la réussite

Poursuite de la modernisation du cadre réglementaire

Au chapitre de la mondialisation du marché brassicole, certains paramètres réglementaires québécois sont complètement désynchronisés par rapport aux réalités du marché. 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 autour de 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. Cependant, le temps est venu d'entreprendre une réflexion sur l'encadrement de la commercialisation de la bière 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.

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.

L'ABQ et ses membres ne peuvent qu'être satisfaits des premiers pas vers la modernisation du cadre réglementaire en matière de boissons alcooliques annoncés en décembre 2020. Il n'en demeure pas moins que le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* doit voir son grand chantier de réflexion entamé en 2019 complété le plus tôt possible. 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 épicereries et les dépanneurs.

En conséquence, l'ABQ invite le gouvernement à poursuivre les efforts de modernisation du cadre réglementaire en entamant les mesures prévues au *Plan d'action gouvernemental en matière d'allègement réglementaire et administratif 2020-2025*.



Modernisation de la consigne au Québec

Le gouvernement du Québec a déposé en janvier dernier son ambitieux projet de règlement portant sur la modernisation de la consigne au Québec et amorce maintenant le processus de consultation qui doit suivre. L'Association des brasseurs du Québec entend participer activement à ce processus de consultation et faisant valoir l'expertise des grands brasseurs en la matière.

Le maintien de la consigne privée sur les bouteilles de bières (contenants à remplissages multiples) sera bien sûr au cœur des réflexions pour nos membres. Ce système de réutilisation des bouteilles a maintes fois fait ses preuves en termes d'efficacité et de gains environnementaux. Ce système peut assurément en inspirer plus d'un, puisqu'il a été maintes fois testés et les Québécois y sont attachés. Pourra-t-il continuer d'évoluer parallèlement au nouveau système de la consigne mis de l'avant par le gouvernement du Québec ?

Par ailleurs, le projet de règlement récemment déposé soulève plusieurs autres questionnements et préoccupations. Pensons notamment aux impacts des éco-frais, à la multitude d'ententes administratives à conclure entre les producteurs et les détaillants, aux impacts de la nouvelle consigne sur le système de distribution de la bière au Québec et surtout au délai nettement insuffisant pour mettre sur rails un tel système.

Par conséquent, l'Association des brasseurs du Québec, et ses membres, entendent participer activement aux consultations à venir et aux réflexions nécessaires pour garantir aux Québécois et Québécoises un système de consigne efficace et performant comme celui actuellement en vigueur et qui répond aux attentes des consommateurs.

Recommandations de l'Association des brasseurs du Québec

Recommandation 1

Les brasseurs proposent que la politique de fixation d'un prix minimum s'applique à tous les produits alcoolisés vendus pour consommation à domicile

Recommandation 2

Les brasseurs demandent que la taxe spécifique sur la bière ne soit aucunement revue à la hausse, afin de sauvegarder et protéger la compétitivité et capacité d'investissements de l'industrie brassicole du Québec

Recommandation 3

Les brasseurs invitent le gouvernement du Québec à poursuivre ses efforts de modernisation du cadre réglementaire en entamant les mesures prévues au *Plan d'action gouvernemental en matière d'allègement réglementaire et administratif 2020-2025*

Recommandation 4

Les brasseurs entendent participer activement aux consultations en lien avec la modernisation de la consigne afin de mettre de l'avant un grand nombre de leurs préoccupations

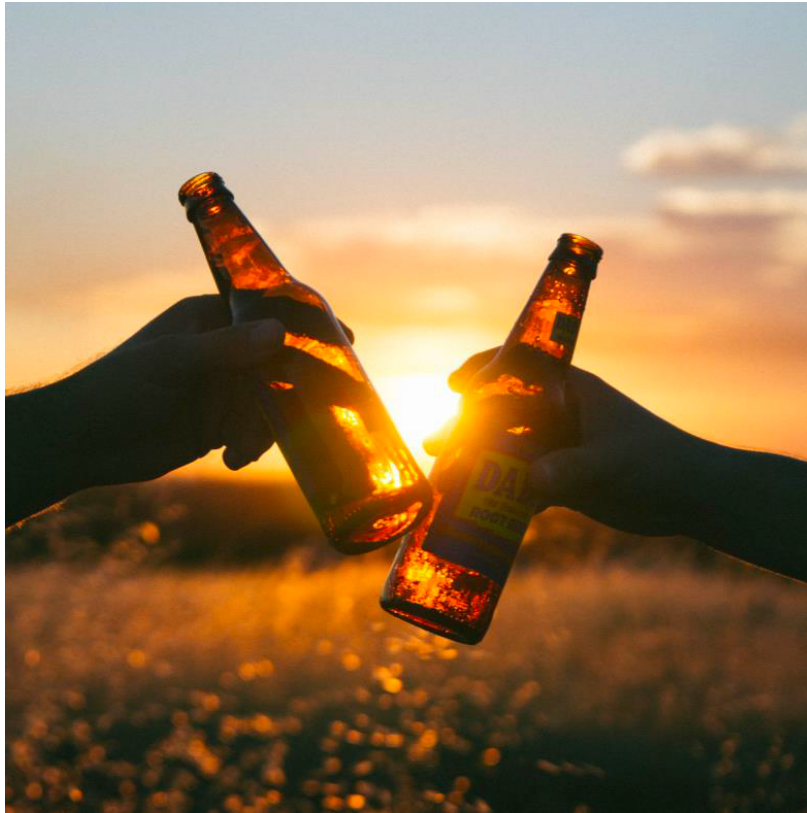
Conclusion

Comme nous l'avons présenté dans ce mémoire, l'industrie brassicole demeure un atout économique majeur, un pilier de l'activité manufacturière ainsi qu'un allié sur le plan citoyen pour le Québec. Au cours des récentes années, le produit intérieur brut généré par ce secteur d'activité correspondant à 14 % de l'ensemble du PIB de la fabrication des aliments au Québec. Rappelons que cette contribution est comparable à celle de l'industrie de la fabrication des produits laitiers. La valeur des livraisons manufacturières du secteur brassicole s'est toujours maintenue aux alentours de 1,4 milliard de dollars au Québec, soit 6,3 % de la valeur totale des livraisons du secteur de la fabrication des aliments, des boissons et du tabac au Québec (MAPAQ 2015).

La fabrication d'alcool demeure un secteur économique de premier plan dont les retombées économiques et les importantes recettes fiscales ne peuvent être ignorées par le gouvernement. Or, 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 doivent être relevés. 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. L'objectif est donc le rétablissement d'un cadre de saine concurrence juste, cohérent et équitable dans le secteur de la production et de la vente des boissons alcooliques.

Dans le contexte économique actuel, la grande industrie a elle aussi besoin que l'on s'intéresse aux lois, aux règles et aux procédures qui freinent sa compétitivité à l'échelle nord-américaine, et ce, pour favoriser un contexte propice aux investissements et à la rentabilité.



Philippe Roy

Directeur général

proy@brasseurs.qc.ca

Association des brasseurs du Québec

2000 rue Peel, suite 888

Montréal (Québec) H3A 2W5

www.brasseurs.qc.ca