

Consultations particulières sur le projet de loi n° 170, Loi
modernisant le régime juridique applicable aux permis
d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en
matière de boissons alcooliques

Mémoire présenté par
**L'Association des détaillants en
alimentation du Québec**



À la **Commission des institutions**
Québec, le 11 avril 2018

Sommaire exécutif	3
Recommandations de l'ADA	4
L'ADA en bref	6
Objectifs attendus de la démarche	6
Introduction	7
Commentaires généraux	7
Le commerce en alimentation au Québec	9
Bref retour sur la vente de produits alcoolisés dans le réseau des commerces alimentaires	10
Propositions de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) pour la modernisation du permis d'épicerie	12
Rappel des responsabilités des détenteurs du permis d'épicerie	12
- La prédominance alimentaire	12
- Vente d'alcool aux personnes d'âge mineur	13
- Les cas du Four Loko et du FCKD UP	13
Équité réglementaire entre les réseaux.....	15
- L'équité entre les réseaux passe par la prévisibilité	15
- La fin des cadenas : une bonne nouvelle	16
- La vente de bière et de vin en fût pour emporter	16
- Heures de vente d'alcool	17
- Les dégustations en magasin	18
- Meilleur encadrement de la promotion pour tous les réseaux	19
- Vente pour consommation sur place dans un espace bistro	19
L'enjeu fondamental de la consommation responsable.....	21
- Formation du personnel sur la consommation responsable	21
- Prix minimums et promotions croisées	22
Des pouvoirs accrus pour la Régie	24
Conclusion	25

Sommaire exécutif

L'Association des détaillants en alimentation salue la démarche entreprise par le gouvernement pour moderniser le régime juridique applicable aux permis d'alcool. Cette initiative était attendue depuis longtemps pour mieux répondre aux préoccupations des détenteurs de permis. Notre association représente près de 8000 détenteurs de permis d'alcool (permis d'épicerie), soumis à une réglementation stricte mais indispensable pour garantir la sécurité publique. Les boissons alcooliques constituent des catégories de produits importantes pour les détaillants en alimentation, essentielles pour la rentabilité d'un commerce qui bénéficie d'un permis. C'est pourquoi nous avons investi beaucoup de temps et d'énergie dans les consultations menées à l'automne 2016 et dans l'analyse du projet de loi.

Dans le projet de loi, les autorités ne détaillent pas leur vision des permis encadrant la consommation à domicile. Plusieurs articles indiquent que la voie réglementaire sera privilégiée pour déterminer les conditions d'obtention et d'exploitation des permis ou encore les sanctions administratives pécuniaires. Nous nous retrouvons dans une situation où nous devons commenter un projet de loi dont les articles concernant la consommation à domicile sont flous et imprévisibles alors que plusieurs propositions concrètes avaient été faites dans le cadre des consultations. De même, le 13 mars, le gouvernement annonçait lors d'une conférence de presse l'ajout de deux amendements qui n'ont pas été déposés en date du 9 avril 2018. Nous comprenons le fait que le gouvernement souhaite avoir un cadre plus flexible pour adapter la réglementation aux réalités d'aujourd'hui et de demain. Cependant, nous demeurons perplexes quant à l'absence d'intentions exprimées sur la commercialisation des boissons alcooliques dans le réseau de consommation à domicile. Cette incertitude est loin d'être favorable dans un secteur hautement concurrentiel et peut avoir des impacts très concrets sur l'avenir des entreprises que nous représentons.

De façon plus précise, nous accueillons favorablement certaines dispositions du projet de loi telles que l'abolition des cadenas sur les installations réfrigérées ou la prolongation des heures de vente de 8h à 7h le matin. Ce sont des mesures positives pour les détaillants en alimentation. Toutefois, nous sommes surpris que le projet de loi ne détaille pas davantage les dispositions entourant le réseau de consommation à domicile. Dans le cadre des consultations, l'ADA avait soulevé plusieurs éléments qu'elle jugeait incontournables dans la prochaine loi sur la modernisation des permis d'alcool. Parmi ceux-ci, retenons la prédominance alimentaire, l'équité entre les réseaux, une indexation des prix minimums à l'augmentation de taxes sur l'ensemble des boissons alcoolisées, un meilleur encadrement des promotions et de la publicité ou encore la possibilité d'offrir aux consommateurs des dégustations ou de la bière en fût, comme c'est le cas dans d'autres législations canadiennes et américaines.

Recommandations de l'ADA

1. Inscrire la prédominance alimentaire (règle du 51 %) **dans la loi**, ce qui aurait pour effet d'imposer un renforcement du contrôle de la vente des produits alcoolisés.
2. Donner le mandat à la RACJ d'effectuer chaque année des visites inopinées sur un pourcentage défini de détenteurs de permis. Plus largement, une meilleure application des lois et règlements en vigueur favoriserait une saine concurrence et permettrait d'éviter certaines distorsions commerciales.
3. Collaborer avec les autorités concernées sur les mesures pouvant être mises en place pour empêcher la vente d'alcool aux personnes d'âge mineur, dans tous les réseaux de commercialisation existants.
4. La nécessité de mettre en place une grande table de concertation rassemblant les principaux intervenants du secteur, incluant les détaillants en alimentation pour discuter de l'ensemble des enjeux liés à l'encadrement des boissons alcooliques (commercialisation, promotion, produits, prix minimums, etc.).
5. Préciser les intentions du gouvernement quant à l'article 2 modifiant l'article 25 de la Loi sur les permis d'alcool.
6. Permettre la vente de bière ou de vin en fût pour emporter dans le réseau CAD.
7. Offrir la possibilité aux détaillants en alimentation d'adapter leurs heures de vente d'alcool en fonction des besoins de leur clientèle, tout en assurant une plus grande équité entre les réseaux de commercialisation.
8. Permettre aux employés dûment formés d'un commerce alimentaire de pouvoir offrir des dégustations à la clientèle.
9. Que la Régie assure l'encadrement de la promotion et de la publicité en matière de boissons alcooliques pour garantir l'équité entre tous les réseaux (incluant la SAQ) et ainsi protéger les consommateurs québécois.
10. Permettre aux détenteurs de permis CAD de vendre de l'alcool pour consommation sur place dans une aire bistro bien délimitée du reste du commerce.
11. Que le gouvernement précise, dans la loi, ses intentions quant au réseau de commercialisation visé par l'adoption d'une formation obligatoire en matière de consommation responsable (exclure le CAD).

12. Que la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) revoie le mécanisme d'indexation des prix minimums sur la bière et que celui-ci soit étendu équitablement à tous les types d'alcool, peu importe le réseau de commercialisation.

13. Préciser le régime des sanctions administratives pécuniaires à des fins de prévisibilité pour les détenteurs de permis.

L'ADA en bref

Fondée en 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants propriétaires du Québec. Sa mission est de défendre et de représenter les intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques de près de 8000 détaillants en alimentation, peu importe leur bannière ou le type de surface qu'ils opèrent.

Présents sur tout le territoire du Québec, nos membres sont très impliqués au sein de leur communauté et soutiennent de nombreux organismes locaux. En région, les commerces en alimentation sont bien souvent le principal employeur.

En matière de boissons alcooliques, l'ADA collabore avec les différentes associations du secteur (ABQ, AMBQ, AVQ, ANEV, CAQ, etc.), les ministères concernés et la Société des alcools du Québec. L'ADA est fière d'avoir contribué au débat sur le projet de loi 88 qui a permis aux producteurs artisans d'avoir accès au réseau des détaillants en alimentation.

Objectifs attendus de la démarche

À l'automne 2016, le ministre de la Sécurité publique, Monsieur Martin Coiteux, a demandé au député de Jean-Lesage, monsieur André Drolet, de mener des consultations; 27 représentants du secteur des alcools ont été rencontrés. Le rapport, remis à l'hiver 2017, résumait les enjeux des personnes rencontrées ainsi que des solutions pour offrir un encadrement mieux adapté aux réalités d'aujourd'hui. De plus, la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) a entrepris des travaux avec les détaillants en alcool pour alléger le cadre législatif applicable, tenant compte des demandes et irritants exprimés au cours des dernières années. Enfin, le 28 mars 2017 le gouvernement du Québec a annoncé son projet de modernisation de la RACJ en trois phases :

- Moderniser la culture institutionnelle de l'organisme;
- Réviser la réglementation et l'encadrement des boissons alcooliques;
- Assurer de meilleurs suivis avec l'industrie sur des enjeux de fond¹.

¹ Analyse d'impact réglementaire, *Ministère de la Sécurité publique et Régie des alcools, des courses et des jeux* (17 novembre 2017)

Introduction

Nous souhaitons remercier les membres de la commission des Institutions de l'Assemblée nationale de nous donner l'occasion de présenter nos commentaires sur le projet de loi n° 170. Représentant les 7417 détenteurs de permis d'épicerie, il était essentiel pour nos membres d'exprimer leur opinion sur ce projet de loi qui est d'une importance capitale pour l'avenir de leurs entreprises.

Comme association, nous avons deux mandats : défendre les intérêts des détaillants propriétaires et les informer de la réglementation en vigueur. De plus, nous encourageons nos membres à être en tout temps des détaillants consciencieux et responsables car nous savons qu'être détenteur d'un permis d'alcool est un privilège qui s'accompagne de responsabilités. Le respect de la sécurité et de la tranquillité publique, la consommation responsable mais aussi la libre concurrence et l'équité entre les réseaux sont des principes directeurs guidant nos actions et sur lesquels nous nous sommes déjà exprimés sur plusieurs tribunes. Nous croyons bon de réitérer notre position sur plusieurs éléments évoqués dans le contexte du projet de loi qui nous concerne.

À la lumière des éléments évoqués, nous vous présentons ici, plusieurs propositions pour moderniser le permis d'épicerie qui pourraient faire l'objet d'amendements ou de règlements. Nos attentes sont raisonnables et cohérentes avec les prises de position que nous avons défendues dans le passé. Nous offrons de nouveau notre entière collaboration aux députés de l'Assemblée nationale, ainsi qu'aux ministres, personnel politique et fonctionnaires travaillant sur ces enjeux pour la poursuite des discussions qui entoureront l'élaboration de la réglementation, tout en espérant avoir la chance d'entamer avec ces personnes une vaste réflexion sur la commercialisation des boissons alcooliques au Québec.

Commentaires généraux

L'ADA a appuyé la démarche entreprise avec enthousiasme et a participé activement aux travaux pour avancer des solutions constructives et respectueuses des impératifs de sécurité publique, de consommation responsable et de protection des personnes d'âge mineur. Le réseau privé de la vente au détail constitue un canal de commercialisation important en matière de boissons alcooliques. C'est pourquoi nous avons été surpris que le projet de loi n'aborde que très peu le volet de la consommation à domicile (CAD), se concentrant davantage sur celui de la consommation sur place (CSP). De nombreux enjeux que nous avons évoqués ne figurent pas dans le projet de loi déposé alors qu'ils sont pourtant le reflet de plusieurs préoccupations de longue date rapportées par nos membres. Nous y reviendrons plus en détail dans la suite de ce mémoire.

Dans le projet de loi, très peu de dispositions font référence de façon explicite au permis d'épicerie, à l'exception de l'article 2 du projet de loi modifiant les articles 25 et 31 ou l'article 18 modifiant l'article 60 de la Loi sur les permis d'alcool. De plus, les dispositions susceptibles d'entraîner des conséquences pour les détenteurs de permis d'épicerie indiquent que la voie réglementaire sera privilégiée. Nous avons quelque difficulté à comprendre pourquoi le projet de loi révisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool ne précise pas les intentions du gouvernement quant aux règles entourant la commercialisation des boissons alcooliques par les différents types de titulaires.

Modifier la nature ou les critères d'opération des permis n'est pas anodin. Prenons un exemple bien concret présent dans le projet de loi. Dans le réseau de consommation sur place, il serait désormais permis de préparer à l'avance des carafons, une mesure enchâssée dans la loi. Notre propos n'est pas de remettre en question la pertinence de cette avancée pour le réseau CSP mais nous ne comprenons pas la raison pour laquelle cette mesure périphérique n'a pas été adoptée subséquemment par règlement. À l'inverse, les conditions d'obtention et d'exploitation du permis d'épicerie pourraient être modifiées par règlement, ce qui risquerait d'avoir un impact sur le modèle d'affaires des membres que nous représentons.

S'il est vrai que tout processus de modification législative s'avère plus complexe que celui d'une modification réglementaire, la voie réglementaire offre effectivement plus de souplesse par rapport au contexte en cours. C'est à la fois un avantage et un inconvénient. C'est un avantage car le processus est plus rapide et plus agile mais c'est également un inconvénient lorsque l'actualité ou le politique s'en mêlent, sans une considération respectueuse des opinions des diverses parties prenantes. Les représentants de l'industrie des boissons alcooliques, dont nous faisons partie, demandent depuis longtemps une modernisation des lois en vigueur, plus proches des réalités actuelles, mais nous restons sur notre faim avec ce projet de loi.

En effet, pour les détenteurs de permis d'épicerie, privilégier la voie réglementaire peut créer de l'incertitude dans un secteur où la concurrence est féroce et où chaque part de marché compte. De plus, de nouveaux joueurs, non traditionnels, occupent une part de marché de plus en plus grande dans le domaine de l'alimentation. Les entreprises n'ont pas d'autre choix que d'investir pour demeurer compétitives. C'est pourquoi, à la lumière des arguments présentés dans ce mémoire, nous espérons que les députés préciseront le cadre législatif des détenteurs de permis d'épicerie. De plus, nous émettons également le souhait de voir émerger, à court et moyen terme, une réglementation équitable entre les réseaux de commercialisation, prévisible et claire pour les entreprises afin de ne pas freiner les investissements dans les magasins et tenant compte des besoins des détenteurs (nouveaux joueurs, réglementation fédérale, etc.).

Le commerce en alimentation au Québec

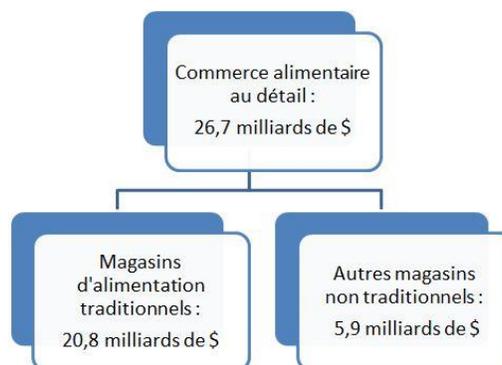
Selon le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et l'Alimentation du Québec (MAPAQ), « Le secteur du commerce de détail alimentaire joue un rôle clé au sein de l'industrie bioalimentaire québécoise, puisqu'il constitue un lien indispensable entre les consommateurs et les nombreux producteurs et transformateurs. Ce secteur comprend les supermarchés et les épicerie, les dépanneurs, les magasins d'alimentation spécialisés (ex. : boucherie)

En 2016, les ventes de produits alimentaires réalisées dans l'ensemble du commerce de détail ont progressé de 4 % pour atteindre 26,7 milliards de dollars.

Les magasins d'alimentation traditionnels réalisent toujours la plus grande part des ventes de produits alimentaires, soit près de 80 %. Malgré l'expansion des concurrents non traditionnels, au Québec, trois grands acteurs se partagent l'essentiel du marché alimentaire : Loblaws-Provigo, Metro et Sobeys-IGA. Au Québec, la majorité du commerce de détail alimentaire se fait surtout par l'intermédiaire de commerçants indépendants (64 % des ventes) plutôt que par des chaînes de magasins d'entreprises (36 % des ventes).²»

La lecture de ces deux paragraphes démontre la férocité de la concurrence entre les acteurs traditionnels du commerce alimentaire, attaqués de front par de nouveaux acteurs non traditionnels (grands escompteurs, pharmacies, etc.). À cet égard, le permis d'épicerie est un enjeu incontournable pour les détaillants en alimentation. Pour les membres que nous représentons, établir les conditions d'obtention et d'exploitation d'un permis dans un cadre législatif revêt une importance particulière.

Rappelons que selon les statistiques du MAPAQ de 2016, le secteur du commerce alimentaire représente **122 240 emplois** du côté des **détaillants**, **24 402 emplois** chez les **grossistes**, pour un total de **146 642 emplois**³.



Source : Estimations du MAPAQ.

² <https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/md/statistiques/Pages/distribution.aspx>

³ https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Bottin_consommation_distribution.pdf

Bref retour sur la vente de produits alcoolisés dans le réseau des commerces alimentaires

Les Québécois sont attachés depuis maintenant un siècle à leurs commerces alimentaires pour acheter de la bière (sauf la bière en fût), du cidre (en vente directe) et depuis 1978, du vin. Dans notre province, la SAQ a depuis près de cinquante ans le monopole de l'achat, de l'importation, de la vente et de la distribution de produits alcooliques au Québec, sauf pour les bières et les vins produits au Québec. En 2000, les Vins de Qualité Certifiée (VQC) font leur entrée dans les épicereries et les dépanneurs. Depuis décembre 2016, les détaillants en alimentation peuvent mettre en marché, en vente directe, des alcools artisanaux fermentés du Québec dont le taux d'alcool ne dépasse pas 16 %, ce qui fut autorisé dans le réseau CSP dès 1996. Les spiritueux et autres types d'alcools sont vendus au détail exclusivement dans les succursales et agences de la SAQ, mais largement dans le réseau CSP. Selon la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ), on compte actuellement au Québec 7417 détenteurs de permis d'épicerie qui peuvent vendre des boissons alcoolisées. Le Québec ne souhaitait pas que des « *liquor stores* » se déploient partout sur le territoire, en plus des succursales de la SAQ. C'est pourquoi le travail a été confié aux détaillants à prédominance alimentaire.

Les agences SAQ ont un statut particulier car ce sont des commerces d'alimentation (épiceries ou dépanneurs) qui obtiennent le droit de vendre des produits de la SAQ, pour le compte de la SAQ, dans leurs magasins. Les 440 agences permettent un meilleur accès aux produits de la SAQ car elles sont réparties à travers tout le territoire, dans des municipalités où il n'y a pas de succursale de la SAQ.



Les détaillants en alimentation souhaiteraient pouvoir aménager des comptoirs de dégustation attrayants pour la clientèle comme on retrouve par exemple à la succursale SAQ du Carrefour Laval, mais pour le moment, les dégustations ne peuvent être effectuées par les employés de nos commerces

En additionnant ces agences aux succursales de la SAQ, la société d'État offre près de 840 points de vente. Face au monopole d'État de la SAQ, les détenteurs de permis d'épicerie ne peuvent être considérés comme des concurrents car leur offre est généralement complémentaire, tel qu'expliqué ci-haut. Rappelons que le quart des profits de la SAQ provient des ventes de différents produits de notre réseau, notamment du vin, ce chiffre ne tenant pas compte des résultats des 440 agences SAQ exploitées par nos membres. Mentionnons également que l'État québécois

perçoit annuellement des millions de dollars en taxe de vente et en taxe spécifique sur la bière provenant des ventes privées⁴.

Depuis une vingtaine d'années, la SAQ a adopté des stratégies commerciales plus agressives. Elle a développé un programme de fidélisation, organisé des grandes campagnes de promotion et a même récemment baissé les prix de 1600 produits en 2017. Elle se permet également de vendre de la bière à des prix inférieurs aux prix minimums auxquels seuls les détenteurs de permis d'épicerie sont régis. Nos ventes d'alcool, pourtant profitables à l'État québécois, semblent devenir la cible des stratégies de la SAQ, une préoccupation qui prend de l'ampleur parmi nos membres comme nos partenaires d'affaires. Ces récentes initiatives suscitent également des questionnements croissants de la part de plusieurs intervenants en santé publique. Malgré les efforts soutenus par Éduc'Alcool depuis 1989, il est légitime de se demander si une certaine forme d'équilibre n'a pas été rompue en matière de responsabilité individuelle et collective en matière de commercialisation de l'alcool.

Nos membres, les détaillants en alimentation du Québec, partagent plusieurs objectifs :

- Le développement d'une offre bonifiée de produits dans le réseau de la consommation à domicile et équitable entre les différents réseaux;
- Offrir une meilleure expérience dans nos commerces alimentaires grâce à une expertise développée et reconnue dans le secteur des boissons alcooliques (ex : bières de microbrasseries);
- Développer le goût des consommateurs et offrir des combinaisons alcools-aliments;
- Améliorer notre compétitivité en développant davantage les produits différenciés à forte valeur ajoutée.

⁴ http://www.budget.finances.gouv.qc.ca/budget/2017-2018/fr/documents/PlanEconomique_Mars2017.pdf#page=459

Propositions de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) pour la modernisation du permis d'épicerie

Dans cette dernière section, nous avons cru bon de faire le point sur les obligations actuelles des détenteurs de permis d'épicerie ainsi que les priorités identifiées par les détaillants propriétaires à considérer dans la modernisation du régime juridique applicable aux permis d'alcool. Cette section sera divisée en plusieurs thèmes, faisant eux-mêmes l'objet de quelques problématiques plus précises.

Rappel des responsabilités des détenteurs du permis d'épicerie

- La prédominance alimentaire

La vente d'alcool est un privilège qui vient avec des responsabilités. Au Québec, la vente de produits alcoolisés est encadrée par la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ). Afin de pouvoir vendre de l'alcool, tout détaillant doit d'abord se conformer aux conditions particulières permettant d'obtenir un permis d'épicerie. Ainsi, pour que son établissement soit considéré comme étant à prédominance alimentaire (permis épicerie), le détaillant doit :

1. Démontrer avoir en étalage une variété de denrées d'une valeur d'au moins 3 000 \$ et calculée à partir du prix au détail de ces denrées;
2. Cette variété de denrées doit représenter au moins 51 % des produits offerts en étalage dans le magasin.

Tous les détenteurs de permis épicerie doivent être conformes à cette règle au jour 1 sinon leur permis ne sera pas délivré. Néanmoins, nous avons des raisons de douter que tous les détenteurs de permis d'épicerie respectent actuellement la prédominance alimentaire. En effet, les contrôles sur le terrain sont bien insuffisants et qui plus est, n'arrivent qu'après le dépôt d'une plainte. Plusieurs membres ont porté à notre attention le fait que plusieurs plaintes étaient restées lettre morte malgré les sanctions prévues en cas d'infraction.

Recommandations
Inscrire la prédominance alimentaire (règle du 51 %) <u>dans la loi</u> , ce qui aurait pour effet d'imposer un renforcement du contrôle de la vente des produits alcoolisés.
Donner le mandat à la RACJ d'effectuer chaque année des visites inopinées sur un pourcentage défini de détenteurs de permis. Plus largement, une meilleure application des lois et règlements en vigueur favoriserait une saine concurrence et permettrait d'éviter certaines distorsions commerciales.

- Vente d'alcool aux personnes d'âge mineur

Les détenteurs de permis d'épicerie doivent respecter l'interdiction de vente de boissons alcooliques aux mineurs ou à toute personne majeure sachant que cette dernière s'en procure pour une personne mineure. Les détaillants en alimentation ont tout intérêt à respecter la loi pour éviter une contravention qui peut, outre l'amende, entraîner la suspension ou la révocation du permis. C'est pourquoi les détaillants en alimentation forment leurs employés pour éviter la vente de produits proscrits aux mineurs, comme l'alcool, le tabac et les loteries. La majorité des détaillants disposent par ailleurs de moyens technologiques (scans) pour empêcher la vente de ces produits auprès des personnes d'âge mineur. De plus, nous recommandons fortement à nos membres d'adopter une politique claire sur l'interdiction de vendre de l'alcool aux mineurs en mettant en place différentes mesures.

Le cartage systématique, que l'on retrouve aux États-Unis, pourrait être une option à considérer pour réduire significativement l'occurrence de vente aux mineurs. Pour être pleinement efficace, cette mesure devrait être déployée dans l'ensemble des réseaux de commercialisation de boissons alcooliques, accompagnée d'une grande campagne gouvernementale. Une telle mesure nous apparaît incontournable pour éviter les frustrations inévitables de la clientèle adulte.

Recommandation
Collaborer avec les autorités concernées sur les mesures pouvant être mises en place pour empêcher la vente d'alcool aux personnes d'âge mineur, dans tous les réseaux de commercialisation existants.

- Les cas du Four Loko et du FCKD UP

Les derniers mois ont mis les détaillants en alimentation sous la lumière des projecteurs suite à l'arrivée sur le marché des boissons alcooliques composées de bières (alcomalts), il y a deux ans. Il y a eu un point de bascule avec le décès tragique d'une adolescente intoxiquée après l'ingestion supposée d'un alcomalt contenant plus de 10 % d'alcool, apparemment dérobé dans une grande chaîne de dépanneurs. Plusieurs experts en santé publique et médecins s'inquiètent de la popularité de ce type de produits, disponibles dans le réseau des dépanneurs et des épiceries. La ministre déléguée à la Réadaptation, à la Protection de la jeunesse et à la Santé publique, madame Lucie Charlebois, a commandé une étude à l'Institut national de santé publique du Québec. Dévoilée le 13 mars, celle-ci n'a pas été en mesure d'établir, hors de tout doute, le lien entre les cas d'intoxication de jeunes (12 à 24 ans) et la consommation de ce type de boissons⁵. Le même jour, le gouvernement a annoncé son intention d'interdire la vente d'alcomalts

⁵ Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées, Avis scientifique, Institut national de santé publique du Québec (2018), p. 5

contenant plus de 7 % d'alcool dans le réseau des épiceries et des dépanneurs. Selon les données Nielsen obtenues par l'INSPQ, les produits contenant moins de 8 % d'alcool représentaient 83,7% des ventes en 2017 dans le réseau épiceries-dépanneurs⁶. Il serait intéressant de connaître la proportion de produits alcoolisés à plus de 7 % vendus par la SAQ. Le même rapport de l'INSPQ indique : « *les notes inscrites aux dossiers médicaux révèlent que la vaste majorité des jeunes admis aux urgences (75 %) avait bu des boissons à forte teneur en alcool (spiritueux ou boissons prémélangées avec spiritueux)* », produits interdits dans notre réseau⁷.

La production d'alcomalts contenant plus de 10 % d'alcool peut être contestable d'un point de vue moral et éthique. Néanmoins, des entreprises québécoises et étrangères y ont vu une opportunité commerciale intéressante. Mentionnons également que certains détaillants ont délibérément préféré éviter de vendre ces boissons. Rappelons toutefois que les détaillants en alimentation sont habitués à commercialiser des produits hautement réglementés comme le tabac, les loteries ou les boissons alcoolisées, sous réserve du respect des lois et règlements en vigueur.

Nous déplorons que la décision du gouvernement ait été prise sans concertation avec les membres de notre réseau puisque plusieurs d'entre eux se retrouvent aujourd'hui avec des inventaires payés que les fabricants ne souhaitent ni reprendre, ni rembourser. Cette perte nette fragilise un peu plus les entreprises concernées. C'est notamment le cas des 34 boissons commercialisées par Blue Spike, qui ont fait l'objet d'un rappel obligatoire de la RACJ (puisque'il y avait ajout d'alcool non fermenté dans le processus de fabrication) et de la boisson FCKD UP fabriquée par le Groupe Geloso qui a annoncé un rappel volontaire le 2 mars. Cette situation inédite démontre plusieurs choses :

- Si un produit est considéré comme dangereux, il devrait alors être retiré de tous les réseaux de commercialisation.
- L'importance d'établir des balises claires et conséquentes sur le type de produit pouvant être mis en marché ainsi que la promotion en découlant;
- La nécessité de mettre en place une grande table de concertation rassemblant les principaux intervenants du secteur, incluant les détaillants en alimentation;
- L'évaluation et la prise en considération des conséquences de toute modification législative ou réglementaire concernant un rappel ou une interdiction de produits sur l'ensemble des différents maillons.

Nous avons la conviction que les responsabilités doivent incomber à l'ensemble des acteurs de la filière alcoolique dans ce type de cas, espérons-le, exceptionnels. Nous attirons d'ailleurs votre attention sur le fait qu'il serait souhaitable que le règlement qui devrait être adopté par le gouvernement du Québec pour interdire ces produits soit arrimé à la modification du *Règlement sur les aliments et drogues* qui devrait être adopté

⁶ Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées, Avis scientifique, Institut national de santé publique du Québec (2018), p. 9

⁷ *Ibid.*

par le gouvernement fédéral au cours des prochains mois et qui a pour objectif de restreindre la quantité d'alcool dans une portion unique de boisson alcoolisée sucrée.

Recommandation
La nécessité de mettre en place une grande table de concertation rassemblant les principaux intervenants du secteur, incluant les détaillants en alimentation pour discuter de l'ensemble des enjeux liés à l'encadrement des boissons alcooliques (commercialisation, promotion, produits, prix minimums, etc.).

Équité réglementaire entre les réseaux

L'équité entre les réseaux est un enjeu majeur dans notre industrie. Bien que les réseaux ne soient pas nécessairement en concurrence les uns avec les autres, il eût été souhaitable que le projet de loi permette aux différents détenteurs de types de permis de pouvoir obtenir des conditions propices au développement des entreprises, tout en respectant les impératifs de sécurité et de tranquillités publiques. Nous avons déjà mentionné le fait que le projet de loi faisait la part belle au réseau de la consommation sur place et il était nécessaire de moderniser les règles encadrant ce réseau. Pour autant, il n'est pas évident de déceler les intentions du gouvernement quant à la modernisation du régime juridique applicable à la consommation à domicile.

- L'équité entre les réseaux passe par la prévisibilité

L'article 2 du projet de loi modifiant l'article 25 de la Loi sur les permis d'alcool, suscite de vives inquiétudes au sein de notre association car il mentionne que « *le gouvernement peut, par règlement, déterminer tout autre permis pouvant être délivré en vertu de la présente loi, préciser les activités impliquant des boissons alcooliques qu'un tel permis autorise et prévoir les conditions d'obtention et d'exploitation qui y sont rattachés* ».

Nous comprenons de ce paragraphe que le gouvernement se réserve la possibilité de créer de nouveaux permis par voie réglementaire. Loin d'être opposés à la concurrence, (rappelons que notre secteur compte déjà près de 8000 détenteurs en concurrence), nous souhaitons qu'il y ait un objectif d'équité entre les différents détenteurs de permis avant de changer voire de créer de nouvelles catégories de permis. À l'heure actuelle, la RACJ n'a déjà pas les moyens d'assurer le contrôle de la réglementation en vigueur alors que de nouvelles façons de vendre de l'alcool ont vu le jour, telle que la vente en ligne, notamment sur Facebook.

En 2018, l'alcool est un produit important dans l'offre des détaillants alimentaires, et ce peu importe leur taille ou le type de surfaces. La proportion relative des ventes de cette catégorie est nécessairement plus importante dans les commerces de plus petite taille

qui disposent d'une variété moins grande de produits. Nous craignons que la création de nouveaux permis ou la modification des critères existants, en privilégiant la voie réglementaire, engendre un manque de prévisibilité pour les détenteurs de permis d'épicerie.

À cet égard, le récent décès de la jeune Athéna Gervais a entraîné le bannissement sans préavis d'une catégorie de produits de la part du gouvernement, sans aucune considération pour les conséquences sur les entreprises concernées. Rappelons que les détaillants propriétaires sont avant tout des entrepreneurs qui, comme tous les autres entrepreneurs, ont besoin de prévisibilité pour assurer le développement de catégories de produits, le merchandising, l'aménagement dans les magasins ou simplement le rappel de produits de façon ordonnée. Nous sommes convaincus que les autorités n'avaient aucune mauvaise intention en rédigeant l'article 2, outre celle d'offrir davantage de souplesse, mais l'actualité des dernières semaines n'est pas en mesure de dissiper nos plus grandes craintes.

Recommandation
Préciser les intentions du gouvernement quant à l'article 2 modifiant l'article 25 de la Loi sur les permis d'alcool.

- **La fin des cadenas : une bonne nouvelle**

Dans le projet de loi, il est prévu de mettre fin à l'imposition d'outils empêchant la vente d'alcool en-dehors des heures de vente. Cette mesure était demandée depuis longtemps par les membres de notre réseau car il existe en 2018 des façons plus adéquates pour empêcher les ventes d'alcool. Les détenteurs de permis d'épicerie se réjouissent de la fin de l'imposition de cadenas sur les espaces contenant des boissons alcooliques après les heures légales de vente.

- **La vente de bière et de vin en fût pour emporter**

La vente de bière et de vin en fût, pour emporter, est permise depuis la loi 88 dans les broues pub au Québec, ainsi qu'au détail dans plusieurs provinces canadiennes comme l'Alberta, le Manitoba et le Nouveau-Brunswick ou encore de nombreux États américains. Les stations de bières en fût où les clients peuvent faire remplir des « growlers » (généralement de 64 onces) sont devenues courantes, tant dans les grandes enseignes de supermarchés que chez les détaillants indépendants de toute taille. Les stations de bière

fraîche ont autant de formes et de variétés que les commerces eux-mêmes. Cette nouvelle formule offre des opportunités commerciales surprenantes. Le permis de brasseur artisanal ne permettant pas d'accéder aux points de vente CAD, nous imaginons les brasseurs sous permis industriel (les 3 grands brasseurs et 120 microbrasseurs) pouvoir offrir leurs produits dans notre réseau de la même façon qu'ils distribuent déjà dans le réseau CSP. Cela permettrait aux détaillants propriétaires de mettre en valeur les produits de leur région, ce qui correspond aux objectifs de la politique bioalimentaire déposée par le gouvernement le 6 avril 2018.



Comme on en retrouve un peu partout au détail, Lamb's Nature's Choice Market à Lake Oswego (Oregon) offre à ses clients de la bière et du cidre en fût pour emporter avec l'aide d'un conseiller.

Recommandation

Permettre la vente de bière ou de vin en fût pour emporter dans le réseau CAD.

- Heures de vente d'alcool

L'équité entre réseaux de commercialisation est un enjeu susceptible d'avoir un impact important sur la rentabilité de plusieurs entreprises. Les détaillants en alimentation accueillent ainsi favorablement l'article 18 qui prévoit la possibilité de pouvoir désormais vendre à partir de 7h du matin. Il convient de préciser que ce ne sont pas nécessairement tous les détaillants qui s'en prévaudront en raison des coûts supplémentaires (salaires, sécurité, etc.) que cette opportunité engendre. C'est pourquoi nous tenons à rappeler qu'il serait souhaitable d'évaluer la possibilité d'étendre les heures de vente d'alcool, notamment au-delà de 23h, ou dès 5h du matin dans certains contextes, en fonction de paramètres bien établis de concert entre les autorités et les détaillants.

Prenons deux exemples pour illustrer nos propos. Dans les zones de pêche ou de chasse, à certaines périodes de l'année, il pourrait être utile d'élargir les heures de vente d'alcool de certains commerces qui répondent à des besoins spécifiques des consommateurs. On peut également penser aux commerces avoisinants lors des festivals ou des événements prisés des touristes québécois et étrangers. Imaginons un couple de retraités qui assiste

à un concert dans le cadre des Francofolies. Celui-ci aura peut-être envie de poursuivre la soirée dans son condo ou sa chambre d'hôtel avec une bouteille de rosé achetée à l'épicerie plutôt que de se rendre dans un établissement pour consommer sur place. À la lecture du projet de loi, une question demeure en suspens : pourquoi seuls les détenteurs de permis CSP pourraient profiter de la manne touristique ? L'objectif sous-jacent n'est pas l'atteinte d'une égalité



Le CSMOCA a développé une nouvelle formation pour outiller les commis des commerces d'alimentation dans le vente de bière dans une approche conseil.

stricte entre les réseaux mais bien de favoriser l'équité entre ceux-ci. C'est pourquoi nous croyons que, la mise en place de mesures adaptées aux besoins des clients et des détaillants permettraient d'offrir davantage de flexibilité aux détaillants intéressés. De plus, nous sommes ouverts à discuter des exigences en matière de formation pour permettre aux détaillants de pouvoir élargir les heures de vente, dans certains contextes.

Recommandation

Offrir la possibilité aux détaillants en alimentation d'adapter leurs heures de vente d'alcool en fonction des besoins de leur clientèle tout en assurant une plus grande équité entre les réseaux de commercialisation.

- Les dégustations en magasin

Les détaillants en alimentation demandent depuis longtemps un assouplissement des mesures entourant la dégustation de produits en magasin. Dans le projet de loi actuel, l'article 2 modifiant l'article 31 de la Loi sur les permis d'alcool précise : « *Le permis d'épicerie autorise également, dans les cas et aux conditions déterminés par règlement, son titulaire à offrir gratuitement en dégustation dans son établissement les boissons alcooliques qu'il est autorisé à vendre* ». Actuellement, dans le Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques, une dégustation est permise à condition « *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* ».

Nous souhaitons que le personnel dans nos établissements, dûment formé, ait la possibilité de pouvoir offrir des dégustations de produits. Cela permettrait aux détaillants d'offrir un service en magasin à plus forte valeur ajoutée, complémentaire à l'offre alimentaire déjà disponible dans nos commerces. Le Comité sectoriel de main-d'œuvre

du commerce de l'alimentation offre déjà une formation en ligne sur le conseil en bières de microbrasserie⁸. L'Association des négociants embouteilleurs de vins (ANEV) prépare également une formation sur les vins commercialisés dans les différents réseaux. D'autres formations pourraient répondre aux objectifs poursuivis, soit d'offrir une information de qualité sur les produits vendus par des employés formés de façon adéquate à la promotion de ce type de produits.

Recommandation

Permettre aux employés dûment formés d'un commerce alimentaire de pouvoir offrir des dégustations à la clientèle.

- **Meilleur encadrement de la promotion pour tous les réseaux**

L'alcool est un produit hautement réglementé en raison des effets nocifs qu'il peut induire en cas de consommation excessive. C'est la raison pour laquelle toute publicité d'un détenteur de permis doit être soumise à la RACJ qui a pour mandat de veiller à la conformité des lois et règlements pour assurer la sécurité et la tranquillité publiques. Les pratiques promotionnelles ont cependant évolué plus rapidement que la réglementation en vigueur. Les publicités se déploient aujourd'hui sur les plateformes existantes, notamment le web et les médias sociaux.

Tel qu'évoqué auparavant dans ce mémoire, la SAQ a pris un virage commercial important depuis quelques années. Ses publicités présentent l'alcool comme un produit associé à la convivialité. Les programmes de fidélisation sont de plus en plus personnalisés, et il existe de nombreux rabais sur une quantité définie, incitant les consommateurs à acheter davantage d'alcool. Pourtant, la promotion n'est pas encadrée dans le réseau de la Société des alcools du Québec. N'y a-t-il pas une certaine contradiction de la part du gouvernement d'imposer une réglementation de la promotion dans le réseau privé tout en favorisant les pratiques promotionnelles de la société d'État?

Recommandation

Que la Régie assure l'encadrement de la promotion et de la publicité en matière de boissons alcooliques pour garantir l'équité entre tous les réseaux (incluant la SAQ) et ainsi protéger les consommateurs québécois.
--

- **Vente pour consommation sur place dans un espace bistro**

Contrairement à de nombreux endroits autour du monde, il est actuellement impossible au Québec de vendre de l'alcool pour consommation sur place dans la section bistro d'un établissement de détail alimentaire. D'un point de vue réglementaire, il est interdit à un

⁸ <http://csmoca.org/product/conseiller-bieres-de-microbrasserie/>

détenteur de permis CAD de combiner l'usage d'un permis CSP, même si la zone est clairement délimitée.

Il faut deux locaux distincts, ce qui diminue l'intérêt de pareils aménagements parmi nos membres. Pourtant, des chaînes connues mondialement telles que Whole Foods, Wegman, Eataly et bien d'autres aménagent différents concepts qui offrent à la clientèle une expérience bonifiée dans les commerces alimentaires.



Comme dans une foule de concepts dans différents pays, les clients majeurs du supermarché *Gelson's* de Long Beach en Californie peuvent prendre un verre de vin dans une section spécifique du commerce.

Par souci d'équité entre les réseaux de commercialisation, nous croyons que l'adoption d'une telle mesure ne devrait pas causer problème. Au même moment, le projet de loi 170 permet diverses simplifications aux permis CSP, telles que la fin de l'obligation de commander un repas avec de l'alcool dans un restaurant, la simplification de la livraison d'alcool ou la permission d'accueillir des mineurs sur les terrasses jusqu'à 23h. Dans l'éventualité où nos membres pourraient offrir ce genre d'expérience à leurs clients, nous sommes prêts à nous conformer à des normes équivalentes au sein du réseau CSP.

Les détaillants en alimentation, pour des raisons d'équité, sont tenus de se conformer à certaines mesures exigées dans le secteur de la restauration, pour des opérations apparentées. Rappelons que les commerces de détail alimentaire comprenant plus de 20 places assises dans leur aire de restauration ou encore ceux qui disposent d'un service de traiteur sont obligés d'avoir un



Au *Giant Eagle Robinson Market* situé à Pittsburg en Pennsylvanie, les clients peuvent déguster une bière artisanale, un cidre ou une bière domestique en commandant de la nourriture (Loi de la Pennsylvanie) assis au bar bistro.

modèle d'enregistrement des ventes (MEV) pour les caisses liées à ces opérations, et ce même si les opérations principales de l'établissement ne sont pas liées à la restauration.

Un commerce alimentaire du XXI^e siècle se doit d'offrir une expérience de magasinage améliorée; la commercialisation des alcools n'y fait évidemment pas exception. Serait-il préférable de requérir l'accompagnement d'un

repas avec une consommation alcoolique ou encore est-il envisageable, à la lumière des modifications déjà proposées par le projet de loi 170, qu'un client ne puisse consommer qu'un verre de bière, de cidre ou de vin? L'adoption d'une mesure offrant la possibilité de développer des aires bistro pour les exploitants de permis CAD serait sans doute bienvenue par les détaillants propriétaires, même si bon nombre d'entre eux n'ont ni l'espace, ni l'intention de vendre de l'alcool pour consommation sur place.

Recommandation
Permettre aux détenteurs de permis CAD de vendre de l'alcool pour consommation sur place dans une aire bistrot bien délimitée du reste du commerce.

L'enjeu fondamental de la consommation responsable

La consommation responsable figure au cœur du projet de loi sur la modernisation des permis d'alcool puisqu'elle contribue au maintien de la sécurité et de la santé publique. C'est un enjeu fondamental qui exige la collaboration de tous les partenaires de l'industrie des boissons alcooliques.

- Formation du personnel sur la consommation responsable

Dans le projet de loi, l'article 33 modifiant l'article 77.3 de la Loi sur les permis d'alcool prévoit qu'« un titulaire de permis, la personne chargée d'administrer l'établissement où est exploité le permis et les autres membres du personnel du titulaire que détermine un règlement du gouvernement doivent suivre une formation reconnue par la Régie sur la consommation responsable. [...] Le gouvernement peut également, par règlement, déterminer toute modalité d'application relative à cette obligation, notamment quant au contenu de la formation qui peut varier en fonction des personnes qui doivent la suivre ou des catégories de permis, et prévoir des exemptions ou des régimes transitoires pour les titulaires d'un permis, les personnes chargées d'administrer les établissements et les autres membres du personnel des titulaires. »

Nous sommes un peu surpris de constater que le projet de loi ne précise pas que cette formation est avant tout, destinée à l'endroit du réseau CSP. En effet, l'analyse d'impact réglementaire précise bien que celle-ci ne concerne que le réseau CSP, mention totalement absente du projet de loi⁹. Rappelons que le réseau des détaillants en alimentation ne permet pas de consommation sur place, à l'exception de dégustations en très petites quantités dans nos aires de vente. De plus, nous ne pouvons empêcher un acheteur majeur de se procurer trois caisses de vingt-quatre bouteilles de bière; l'équivalent serait inconcevable en consommation sur place.

⁹ Analyse d'impact réglementaire, Ministère de la Sécurité publique et Régie des alcools, des courses et des jeux (17 novembre 2017)

Nous espérons que le réseau visé sera mentionné dans la version finale de la loi. En revanche, afin de démontrer la bonne foi qui nous anime dans ce processus de consultations, nous ne verrions pas d'objection à la mise en place de nouvelles obligations en matière de consommation responsable, dans l'éventualité où la possibilité de servir de l'alcool dans les aires bistro de nos commerces était autorisée.

Recommandation
Que le gouvernement précise dans la loi ses intentions quant au réseau de commercialisation visé par l'adoption d'une formation obligatoire en matière de consommation responsable (exclure le CAD).

- **Prix minimums et promotions croisées**

La Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) détermine le prix minimum de vente au détail de la bière afin qu'il n'encourage pas une consommation irresponsable. Fait intéressant, les prix sont ajustés le 1er avril de chaque année en fonction de l'indice des prix à la consommation. Depuis plusieurs années, l'ADA évoque la nécessité d'établir un processus plus en phase avec les coûts réels d'exploitation dans notre secteur, tout en établissant un processus d'indexation automatique des prix minimums des boissons alcooliques en cas d'augmentation de la taxe sur l'alcool.

En effet, le processus d'indexation des prix minimums est problématique depuis longtemps, avec des effets pervers sur le développement des catégories de produits et la consommation responsable souhaitée par les autorités. La vente aux prix minimums a peut-être un effet à court terme sur les ventes, mais avec un peu de recul, il est évident qu'elle a littéralement fait disparaître la variété de bières locales de grande consommation auparavant disponibles sur le marché, causant un impact réel sur la rentabilité de la catégorie dans son ensemble. De trois catégories de produits (Super Premium, Premium et Économiques) on n'en retrouve aujourd'hui qu'une seule, accolée aux prix minimums. Il existe aujourd'hui un écart grandissant entre les prix coûts coûtants et les prix minimums (vendants). Heureusement, la guerre des prix est moins féroce qu'elle a déjà pu l'être mais les stratégies commerciales n'en sont pas moins pernicieuses.

Au fil des ans, la RACJ a consenti à la mise en place de certaines pratiques favorisant l'établissement des boissons alcooliques comme produits d'appel. Avec des promotions croisées de plus en plus imaginatives, les différents groupes ne cessent d'attirer le client en magasin en détournant grossièrement les prix minimums de la bière en offrant un rabais à l'achat de deux produits. Cette pratique pernicieuse tire la catégorie vers le bas, et empêche une saine concurrence entre les détaillants en alimentation, dont certains ne bénéficient pas de la marge de manœuvre pour vendre les produits alcoolisés moins chers. Qui plus est, d'un point de vue éthique, est-ce qu'il est normal de tolérer le contournement de prix minimums fixés spécifiquement pour assurer un prix raisonnable à l'alcool?

Dans son rapport annuel de 2017, le Conseil d'éthique de l'industrie des boissons alcooliques dénonce également cette situation : « *Des plaintes formelles ont été déposées contre trois chaînes, Maxi, IGA et Couche-Tard, qui ont eu recours aux promotions croisées. Toutefois, pratiquement toutes les chaînes sans exception ont continué à recourir à de telles pratiques promotionnelles qui, quoique bel et bien autorisées, sont dangereuses en ce qu'elles ne se contentent pas de banaliser la bière, mais qu'elles en font un appât pour attirer les consommateurs dans leurs établissements. Le Conseil ne se prive pas de réitérer son inquiétude en ce qui concerne, de toute évidence, une banalisation complète de la bière perçue par ces commerçants comme un produit comme les autres au Québec où le laxisme de l'État s'est poursuivi de plus belle dans ce domaine comme dans tous les autres qui concernent les questions d'alcool.*¹⁰ »

Si le gouvernement souhaite réellement favoriser une consommation d'alcool responsable, nous sommes d'avis qu'il devrait s'attaquer sans plus tarder à la fixation des prix minimums pour toutes les boissons alcoolisées ajustés selon la concentration en alcool, et ce, dans tous les réseaux incluant celui de la Société des alcools du Québec. Il n'est pas normal que les spiritueux pouvant atteindre des niveaux d'alcool par volume sensiblement plus élevés que la bière, les produits à base de malt, cidres ou vins disponibles dans notre réseau puissent faire l'objet de rabais significatifs, de remises de points et ne pas être soumis à des prix minimums d'alcool par volume. Il en va de la crédibilité de notre réglementation en matière de sécurité publique et de l'équité élémentaire entre les parties prenantes.

C'est pourquoi nous soustrayons aux conclusions de l'analyse présentée dans le rapport de l'Institut national de santé publique du Québec publié le 13 mars 2018 et que nous reproduisons ici :

« Le prix de vente des boissons alcoolisées est reconnu comme le déterminant principal de la consommation d'alcool dans la population. Des prix élevés aident à réduire la consommation et les méfaits connexes, tandis que les prix trop bas ont l'effet contraire (Booth et collab., 2008; WHO, 2014). Les consommateurs d'alcool les plus sensibles au prix des boissons alcoolisées sont les jeunes, les gros buveurs et les personnes qui présentent une dépendance à l'alcool. Limiter l'accessibilité économique à l'alcool en maintenant des prix de vente élevés fait partie, selon l'Organisation mondiale de la santé, des interventions les plus urgentes, les plus efficaces et les moins coûteuses pour assurer la santé de la population (WHO, 2011). (...) »

Plus précisément, « le prix minimum est une approche qui établit un prix plancher uniforme pour tous les produits vendus et qui ajuste exactement ce prix selon la teneur en alcool. Idéalement, les prix planchers sont suffisamment élevés pour affecter la consommation et sont ajustés régulièrement à l'inflation pour éviter que leur valeur ne s'érode au fil du temps » (Thomas, Stockwell & Wettlaufer, 2017, p.193). (...) Le prix

¹⁰ <http://conseilethique.qc.ca/pdf/fr/Rapport-annuel-2017.pdf>

minimum doit s'appliquer à l'ensemble des boissons alcoolisées, bières, vins, spiritueux, cidres, coolers, boissons mélangées et autres. Toutes les provinces canadiennes sauf le Québec et l'Alberta fixent un prix minimum pour l'ensemble des boissons alcoolisées vendues en magasin et dans les bars et restaurants. Plusieurs pays européens fixent un prix minimum des boissons alcoolisées et d'autres pays envisagent de le faire (CCDUS, 2017). »

La question du juste prix de toutes les boissons alcooliques est fondamentale pour atteindre l'équilibre entre la consommation responsable et l'accessibilité de celles-ci dans l'ensemble des réseaux. Les Québécois ne sont pas prêts à des hausses drastiques des prix de l'alcool. C'est pourquoi il est essentiel que les autorités travaillent de concert avec les intervenants du secteur pour déterminer ce juste prix et évaluer toutes les conséquences de cette potentielle augmentation.

Recommandation

Que la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) revoie le mécanisme d'indexation des prix minimums sur la bière et que celui-ci soit étendu équitablement à tous les types d'alcool, peu importe le réseau de commercialisation.

Des pouvoirs accrus pour la Régie

Dans le projet de loi, il est évoqué à plusieurs reprises que la Régie bénéficiera de pouvoir accrus, notamment en matière de sanctions. Depuis juin 2017, la Régie peut désormais imposer des sanctions administratives pécuniaires plutôt qu'une audience. Nous saluons la volonté du gouvernement de faciliter la vie des détaillants par l'imposition de sanctions administratives pécuniaires (SAP). Cela évitera de passer du temps en audience devant le tribunal de la RACJ. Toutefois, nous invitons la RACJ à préciser le plus rapidement possible les infractions pouvant faire l'objet d'une SAP, ainsi que les montants prévus.

De même, nous espérons que la RACJ aura les moyens de s'assurer du respect de la réglementation en vigueur par l'entremise de visites inopinées chez les différents détenteurs de permis. Nous avons déjà exprimé notre opinion sur le fait que le cadre législatif actuel concilie plusieurs impératifs, mais son application laisse à désirer. Nous croyons en la mission essentielle de la RACJ, qui a besoin de moyens adéquats pour la remplir.

Recommandation

Préciser le régime des sanctions administratives pécuniaires à des fins de prévisibilité pour les détenteurs de permis.

Conclusion

Avec les recommandations présentées dans ce mémoire, nous espérons avoir pu contribuer à la qualité des débats parlementaires et susciter matière à réflexion pour les élus de l'Assemblée nationale du Québec. La modernisation du régime juridique applicable aux permis d'alcool est un dossier très important pour les détaillants en alimentation québécois et nous sommes convaincus que les enjeux soulevés dans ce mémoire dépassent les lignes partisans. Nous croyons que les solutions proposées dans ce mémoire permettraient de concilier à la fois une commercialisation de l'alcool plus équitable et une consommation plus responsable. Nous offrons notre entière collaboration aux autorités pour poursuivre les travaux découlant de ce processus législatif afin que chacune des parties y trouve satisfaction.