
Mémoire sur le projet de loi 170

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



TERROIRS QUÉBEC

16 avril 2018

Introduction.....	3
À propos de Terroirs Québec	3
Habitudes de consommation	4
Autoriser la vente en ligne	5
Pour les producteurs et artisans	5
Pour les épiceries en ligne	6
Un risque pour la santé publique ?.....	7

Introduction

Ce mémoire est déposé dans le cadre des consultations particulières et auditions publiques sur le projet de loi n° 170.

Dès 2014, nous avons publié un Livre Blanc sur la problématique entourant la vente d'alcool des terroirs québécois. C'est dans ce cadre que nous déposons le présent mémoire.

Nous avons aussi déposé un mémoire dans le cadre du projet de loi 88.

À propos de Terroirs Québec

Terroirs Québec est une entreprise qui évolue au Québec en tant qu'épicerie en ligne faisant la promotion des produits des terroirs québécois. Le site terroirsquebec.com existe depuis plus de 12 ans et distribue plus de 400 produits provenant de plus de 80 producteurs de toutes les régions du Québec.

Expédiés partout au Canada, 5 000 colis ont été envoyés en 2017, ce qui permet de faire travailler de nombreux artisans locaux.

En tant qu'épicerie fine en ligne, nous aimerions bénéficier des mêmes droits et obligations qu'une épicerie, soit, de pouvoir vendre les vins, les bières et les cidres du Québec.

Habitudes de consommation

Les habitudes de consommation ont évolué. Pour de nombreux consommateurs québécois, magasiner et acheter en ligne sont des pratiques déjà bien ancrées dans leurs habitudes.

Selon le CEFRIO, dans son rapport NETendances, plus d'un adulte québécois sur deux (57%) a fait des achats en ligne au cours de l'année 2016.

En plus d'acheter en ligne, 78,3 % des internautes québécois consultent au moins une source en ligne avant de réaliser un achat et 60,3 % disent avoir déjà acheté en magasin un produit repéré sur Internet, selon le même rapport.

Le commerce au détail au Québec représente plus de 500 000 emplois. Mais alors que les Québécois achètent 8,5 milliards de dollars de produits et services en ligne par année, les détaillants du Québec ne vendent qu'une minorité à ces mêmes cyberacheteurs laissant ainsi plusieurs milliards de dollars à l'extérieur du Québec.

L'Institut du Québec évalue qu'en faisant passer le pourcentage d'achat en ligne de 2,4 % à 5,2 % (le niveau de ventes en ligne observé aux États-Unis), les détaillants québécois verraient leurs ventes s'accroître de 2 milliards de dollars annuellement. Ce sont là les conclusions de l'étude de l'Institut du Québec intitulée *Le commerce en ligne au Québec : passer du retard à la croissance*.

La gamme d'alcools produits au Québec a progressé de façon exponentielle dans les dernières années : du cidre de glace, des alcools de petits fruits, du vin... Cependant les options pour commercialiser ces alcools du terroir n'ont pas évolué au même rythme que les habitudes de consommation.

Actuellement, il est interdit au Québec de vendre des boissons alcoolisées sur Internet pour les détaillants autres que la Société des alcools du Québec (SAQ). En effet, celle-ci possède le monopole en ce qui concerne la vente en ligne, même pour les produits qu'elle ne commercialise pas.

La question qui se pose ici concerne la place qu'occupent réellement les alcools québécois sur le marché national: est-ce que la SAQ devrait être la seule à commercialiser en ligne les alcools québécois en ligne ? Quels seraient les avantages économiques pour les producteurs et les autres détaillants d'être en mesure d'effectuer la vente directe par Internet?

Autoriser la vente en ligne

Avec le virage numérique des grandes chaînes d'alimentation ainsi que le développement de plusieurs épiceries de produits fins en ligne de plus en plus actives, il serait d'autant plus pertinent de se pencher sur la question maintenant concernant le permis de vente d'alcool en ligne. Tant qu'à le faire pour les secteurs nommés ci-haut, il faudrait définitivement adapter l'étude à tous les secteurs commerciaux, dont, celui de la vente en ligne. À l'heure actuelle, la définition d'une épicerie reste la même qu'au siècle dernier, soit un magasin physique avec un espace d'étals. Cet enjeu est d'autant plus important à la veille de la décision de la cour suprême sur l'achat interprovincial.

Le e-commerce dans l'industrie de l'alcool est une alternative de plus en plus populaire auprès des consommateurs notamment aux États-Unis, en Europe, en Australie, etc... En 2018, la discussion n'est plus de savoir s'il faut vendre en ligne de l'alcool, mais bien de le prévoir et de l'encadrer pour éviter l'arrivée d'un « Uber » de vente d'alcool en ligne.

La vente d'alcool par Internet aux États-Unis a généré, en 2015, 743 millions de dollars, une augmentation de 11,1% depuis 2010. Cette industrie compte plusieurs centaines d'entreprises, créant ainsi des milliers d'emplois.

La SAQ est d'ailleurs présente sur le marché en ligne américain grâce à l'acquisition de JJ Buckley, un distributeur de vin qui vend dans la plupart des états voisins.

En France, la vente d'alcool en ligne représente 2,9% du marché. Les premiers sites de vente en ligne de vins et spiritueux en Europe ont vu le jour dès 1998. Plus de 15 ans se sont écoulés et une expertise s'est créée dans la mise en marché d'alcool par le biais de l'Internet.

Malheureusement, sans changer la loi, il n'est pas possible pour les producteurs et artisans et les épiceries en ligne de vendre par internet au Québec.

Pour les producteurs et artisans

Sauf s'il les expédie à l'extérieur du Québec, le titulaire d'un permis de production artisanale ne peut vendre les boissons alcooliques qu'il fabrique que sur place ou à titulaire d'un permis.

Dans un jugement du 25 mai 2005, *Vinerie du Kildare s e n c vs Régie des Alcools, des courses et des jeux*, le paragraphe 47 déclare « la Régie a déjà décidé que la vente de boissons alcooliques par un titulaire d'un permis de production artisanale par Internet n'était pas autorisé par la loi » .

Pour les épiceries en ligne

Pour vendre de l'alcool qui sera consommé en dehors des murs de l'établissement, il faut un permis octroyé par la Régie des alcools, des courses et des jeux. Le règlement spécifie que le détaillant doit avoir un étalage dans un lieu physique afin de proposer des boissons alcoolisées. Une épicerie en ligne ne peut donc pas obtenir un permis de vente des produits alcoolisés.

De plus, la loi n'autorise pas d'utiliser un service privé pour la livraison d'alcool (Postes Canada par exemple). Pourtant, le gouvernement fédéral a modifié la loi fédérale pour l'autoriser. De nombreuses provinces ont mis à jour leurs législations en conséquence et autorise maintenant la vente directe au consommateur avec livraison par Postes Canada, Fedex ou UPS.

D'ailleurs, il est possible d'effectuer une commande sur le site SummerHill BC et de se faire livrer à domicile, au Québec, une sélection de vins de la Colombie Britannique. Même s'il n'est pas possible pour les producteurs d'alcools du terroir de vendre au Québec, déjà des détaillants à travers la Canada offre un service de livraison ici, même si le consommateur n'est pas autorisé à le faire.

En n'autorisant pas les entreprises Québécoises à vendre en ligne de l'alcool, on n'empêche pas le commerce d'alcool par internet. On empêche juste aux entreprises d'ici de se positionner sur un marché plus grand que vendre simplement dans une épicerie locale, et ce en faisant travailler des gens d'ici.

Un risque pour la santé publique ?

Les détracteurs de la vente d'alcool en ligne soutiennent qu'il est d'intérêt de santé publique d'interdire cette pratique. Leur argument principal est que les mineurs pourront plus facilement se procurer des produits alcoolisés puisque la surveillance et la vérification de l'âge sont laissées pour compte. Cet argument se base sur quelques anecdotes datant du début de la vente d'alcool en ligne, où des adultes ont commandé de l'alcool au nom de leur enfant, et que les produits commandés ont été laissés à la porte, sans vérification d'identité.

Cependant, au-delà de ces anecdotes, aucune étude n'a trouvé qu'il est plus facile pour des mineurs de se procurer des produits alcoolisés en ligne plutôt qu'en personne. Du moment où le site internet déclare une intention ferme de refuser la vente de produits alcoolisés à des mineurs et que le service de livraison assume ses responsabilités en la matière (formation des employés, identification systématique de l'identité lors de la remise du colis), le risque que des mineurs se procurent des produits alcoolisés est pratiquement nul.

D'ailleurs, la SAQ, qui offre elle-même la vente de produits alcoolisés en ligne, fait confiance à Postes Canada pour assurer la livraison de ses produits à des adultes et non des mineurs.

Conclusion

Le commerce électronique des vins et spiritueux est définitivement une solution qui a fait ses preuves dans plusieurs pays. Les bénéfices pour la société québécoise sont nombreux. Nous savons qu'à l'heure actuelle, il est très difficile pour les producteurs artisanaux de l'industrie alimentaire de se tailler une place dans le réseau de distribution québécois, notamment en raison des petits volumes qu'ils produisent et du marché de niche auxquels ils s'adressent.

En fait, grâce au commerce électronique, les producteurs auront accès plus aisément à leur clientèle cible habitant les quatre coins du pays, pour un coût limité. Cela représente un potentiel immense au niveau de l'augmentation de leurs ventes; engendrant des économies d'échelles importantes et favorisant la création d'emploi ici.

De plus, rendre accessible les produits du terroir québécois via Internet répond à un besoin grandissant chez les consommateurs de consommer local. En effet, les Québécois éprouvent un sentiment d'appartenance envers les produits alimentaires qui sont, selon eux, locaux

Enfin, les consommateurs souhaitent acquérir les produits rapidement et en fournissant un minimum d'effort. Le temps où les consommateurs parcouraient des kilomètres pour se procurer le produit désiré est révolu. La majorité des consommateurs québécois qui effectuent des achats en ligne poursuivent l'objectif de réaliser un gain de temps (CEFRIIO, 2009). Les produits doivent venir à eux, autant que possible, et non l'inverse

Pour toutes ces raisons, Internet est considéré comme un canal à privilégier dans la mise en marché des produits alcoolisés du terroir.

Cela doit se concrétiser par une considération particulière dans la loi qui régit la vente d'alcool au Québec

Il serait légitime d'accorder le même type de permis aux détaillants en ligne que celui attribué aux détaillants en alimentation traditionnels.

La loi doit également permettre aux producteurs d'alcool au Québec de vendre en ligne, en plus de vendre sur la propriété.

Nous devons, tous, collectivement, offrir un plus grand accès aux produits d'ici. Internet offre un réseau de vente alternatif, accessible à tous. Ce réseau est indispensable pour tous les artisans qui ne produisent pas assez pour offrir leurs produits dans toutes les succursales de la SAQ par exemple, ou à travers les épiceries du Québec.