



**L'Association des brasseurs  
du Québec**



**Promouvoir la richesse brassicole d'ici**

**MEMOIRE SOUMIS DANS LE CADRE DES CONSULTATIONS 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

**Présenté par l'Association des brasseurs du Québec**

Le 17 avril 2017

## À propos de l'Association des brasseurs du Québec

Référence dans l'industrie brassicole, l'Association des brasseurs du Québec (ABQ) représente ses membres auprès de partenaires, d'organismes gouvernementaux et des médias. Les trois grands brasseurs membres de l'ABQ – Molson Coors, Labatt, et Sleeman – réalisent 90 % des ventes de bière dans la province.

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



L'Association des brasseurs  
du Québec

### Promouvoir la richesse brassicole d'ici



# 1 milliard \$

en retombées économiques par an,  
0,4 % du PIB du Québec



# 39 000

emplois directs et indirects



# 90 %

des bières vendues au Québec,  
dont plus de 85% brassées ici



[www.brasseurs.qc.ca](http://www.brasseurs.qc.ca)

---

## ❖ SOMMAIRE EXÉCUTIF

Partout au pays, la consommation d'alcool stagne ou décline, et sa commercialisation fera face à des défis importants au cours des prochaines années. Plusieurs facteurs sociaux entraînent une baisse de la demande pour les produits alcooliques au Québec : vieillissement de la population, diversité des styles de vie et augmentation de la conscience sociale figurent au rang des principaux éléments influenceurs. Au même moment, les pratiques commerciales évoluent rapidement, dans un marché extrêmement changeant, ou les acteurs sont de plus en plus nombreux.

Dans ce contexte, il devient de plus en plus pertinent et urgent de travailler au renouvellement de l'environnement législatif et administratif pour assurer la cohésion des conditions à partir desquelles opère l'industrie brassicole québécoise, et plus largement, les autres industries de produits alcoolisés. Pour cette raison, l'annonce du projet de modernisation de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) a été accueilli très favorablement par les grands brasseurs. Tel qu'annoncé dès 2016, l'objectif gouvernemental était d'amorcer sa révision en 2017-2018, laquelle permettrait de :

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

Lors de ses représentations dans le processus de consultation chapeauté par le ministère de la Sécurité publique, l'Association des brasseurs du Québec avait énoncé les demandes suivantes :

- Revoir le processus d'indexation du prix minimum pour qu'il reflète l'évolution socio-économique actuelle ;
- Revoir les lois et règlements de manière à assurer une équité réglementaire entre les entreprises ;
- Attribuer les outils nécessaires et allouer efficacement les ressources afin que la RACJ puisse veiller avec diligence à la conformité réglementaire de tous les détenteurs de permis ;
- Exécuter un suivi des différentes exigences réglementaires complémentaires aux permis de brasseurs (ex. : *Loi sur la vente et la distribution de bière et de boissons gazeuses dans des contenants à remplissage unique* - chapitre V-5.001) ;
- Simplifier, clarifier et moderniser la réglementation issue de la *Loi sur les permis d'alcool* concernant les brasseurs industriels.

De l'avis des grands brasseurs, une nécessaire mise à niveau de certaines dispositions législatives est proposée dans le pl 170. Pourtant, il semble que le législateur veuille procéder ultérieurement à de nombreux changements par voie de règlements au lieu de partager ses orientations dès le présent projet de loi. Cette situation contribue à soulever de multiples interrogations et entretient un flou qui n'est pas nécessaire. Un chantier aussi imposant de modernisation des lois et règlements entourant l'alcool au Québec ne se voit qu'une fois par génération, et les impacts se font sentir pendant des décennies. Il est donc essentiel que les parties prenantes impliquées puissent savoir à quoi s'en tenir parce qu'elles auront à composer longtemps avec les décisions qui seront prises subséquemment.

### **Dans le projet de loi n° 170, l'Association des brasseurs du Québec :**

1. Accueille positivement les mesures de mise à niveau réglementaire (ex. : prolongation des heures de vente et de consommation d'alcool ; assouplissement pour certains lieux de consommation et simplification dans le type et l'octroi de permis) ;
2. Souhaite des ajouts tels que :
  - Modernisation de la culture organisationnelle : doter la RACJ de moyens lui permettant de mener à bien sa mission et s'assurer qu'elle traite équitablement tous les détenteurs de permis

- Doter la RACJ d'un mécanisme de prévisibilité du processus décisionnel plus transparent, avec des décisions écrites, justifiées et partagées concernant les demandes de permis et d'approbation de publicités
  - Que la RACJ revoit le mécanisme d'indexation du prix minimum sur la bière et que celui-ci soit étendu à tous les types d'alcool, tel que le recommande l'Institut national de santé publique du Québec
  - Abrogation d'articles de loi archaïques et inutiles (art. 6, 8 et 12, alinéa 4 du *Règlement sur les promotions* ; article 15 du *Règlement sur les permis d'alcool*)
3. Se questionne sur certains éléments du pl 170 : des clarifications sont nécessaires quant aux intentions du législateur à l'égard du partage des compétences sur l'encadrement des marchés.

## ❖ INTRODUCTION

### **Les grands brasseurs, la richesse brassicole d'ici**

L'Association des brasseurs du Québec (ABQ) représente les intérêts des plus importantes entreprises brassicoles faisant affaire au Québec : Labatt, Molson Coors et Sleeman. Mis ensemble, les trois grands brasseurs cumulent 537 ans d'expertise et de savoir-faire, et représentent plus de 90 % de la production et de la vente de bière au Québec, dont un très large volume (plus de 85 %) est brassé ici. Ils génèrent plus de 39 000 emplois directs et indirects, soit près de 1 emploi sur 100 dans la province, et constituent un pilier de l'économie québécoise par leur impact qui se traduit par un produit intérieur brut (PIB) de plus de 1 milliard \$ par année, soit 0,4 % du PIB du Québec.

Plus de 2 000 fournisseurs spécialisés ayant pignon sur rue aux quatre coins du Québec collaborent étroitement avec les trois grands brasseurs pour créer de la valeur économique au bénéfice de leur communauté. Les grands brasseurs membres de l'ABQ ont des établissements administratifs et logistiques dans une cinquantaine de municipalités, dont cinq brasseries : trois installations destinées à la fabrication de hauts volumes situées à La Salle, Montréal et Chambly, et deux autres destinées à des produits de spécialité localisées à Québec et à Shawinigan.

Bien que l'industrie brassicole soit généralement perçue comme une industrie en santé, celle-ci fait face à divers enjeux qui mettent ou pourraient mettre en péril ce pan important de l'industrie manufacturière et de la transformation alimentaire au Québec. Par exemple, le Québec n'échappe pas à la tendance canadienne : la consommation d'alcool stagne, et celle de la bière est en baisse, pour diverses raisons (vieillesse de la population, diversité socioculturelle, multiplication de l'offre de produits alcoolisés, etc.). Également, le prix de la bière stagne au Québec et ce, depuis quelques années déjà. La compétition est forte, et la bière sert de produit d'appel dans les dépanneurs et épiceries, où les détaillants la vendent à bas prix.

Dans ce marché changeant, une modernisation de la RACJ est tout à fait bienvenue et attendue. Encore faut-il qu'elle réponde aux trois objectifs annoncés, soit réviser sa réglementation, moderniser sa culture organisationnelle, et assurer un suivi avec l'industrie sur les enjeux de fond. Dans le présent mémoire, notre volonté est de partager le fruit de notre réflexion quant à savoir si ces principaux objectifs ont été atteints, en le séparant en trois parties : ce que nous accueillons positivement, ce qui pourrait être ajouté au pl 170, et ce qui est dans le projet de loi qui pourrait créer des enjeux. Nous tenons à remercier les membres de la commission des institutions d'avoir accepté de nous entendre.

## ❖ PARTIE I – MESURES BIEN ACCUEILLIES DU PL 170

### **Réviser la réglementation et l'encadrement des boissons alcooliques : des changements opérationnels nécessaires**

---

D'emblée, nous saluons l'initiative d'apporter plusieurs changements législatifs afin de l'adapter à la modernité. Ainsi, tombant sous le sens, ces nouvelles mesures sont plus que bienvenues et mettent fin à des anachronismes temporels évidents. L'ABQ appuie sans réserve :

- La prolongation des heures permettant la présence de mineurs sur les terrasses d'un bar en présence de l'autorité parentale jusqu'à 23 h plutôt que jusqu'à 20 h (tout en maintenant l'interdiction de consommation et de vente d'alcool) ;
- La prolongation des heures de vente de boissons alcooliques dans les épiceries (à compter de 7 h le matin, au lieu de 8 h) ;
- L'abolition de l'exigence relative au dispositif empêchant l'accès aux boissons alcooliques en dehors des heures d'exploitation ;
- La consommation autorisée de boissons alcooliques dans les aires communes d'un lieu d'hébergement ;
- L'assouplissement des conditions rattachées aux permis de réunion ;
- La possibilité de vendre et de servir de l'alcool sans repas dans un restaurant ;
- La simplification des permis pour plus de « sur-mesure » ;
- La création de nouveaux types de permis.

Cependant, ces changements sont axés sur le volet de la commercialisation et visent à priori les consommateurs. Il ne faut pas se méprendre, nous réitérons notre satisfaction à l'égard d'initiatives qui facilitent la vie des citoyens et des détenteurs de permis. Par contre, des pans législatifs et réglementaires entiers qui ne sont pas visibles aux yeux des consommateurs méritent aussi une attention particulière. Nous en traiterons dans la seconde partie de ce mémoire.

#### **Amendement sur les boissons sucrées hautement alcoolisées**

Par ailleurs, depuis le dépôt du projet de loi, le gouvernement a fait part de son intention de confier l'exclusivité des ventes des cocktails aromatisés à base de malt à teneur en alcool supérieure à 7 % à la Société des alcools du Québec.

Les grands brasseurs sont reconnus pour leurs standards élevés en matière de consommation responsable. Face à la volonté de légiférer sur la commercialisation de ces cocktails aromatisés très sucrés, les grands brasseurs du Québec respectent la décision gouvernementale et rappellent qu'ils avaient déjà partagé dès l'été dernier leurs préoccupations aux autorités compétentes par rapport à la mise en marché de boissons aromatisées à près de 12 % d'alcool, soit l'équivalent de 4 consommations standards.

Dans le débat portant sur les boissons sucrées hautement alcoolisées, un paradoxe important est passé inaperçu. Alors qu'on s'apprête à retirer ces produits des tablettes des détenteurs de permis d'épicerie pour les confier à la SAQ, en évoquant - avec raison - l'accessibilité économique de ces produits, il a été passé sous silence que la société d'État à vocation commerciale n'est pas assujettie à la réglementation portant sur le prix plancher des produits de malt. Nous réitérons l'importance de l'établissement d'un prix minimum pour l'ensemble des alcools vendus au Québec pour la consommation pour emporter. Nous en reparlerons plus loin.

De plus, les brasseurs du Québec souhaitent travailler avec les autorités pour définir les paramètres qui guideront la commercialisation des cocktails à base de malt aromatisés et à haute teneur en alcool au sein de la SAQ. L'état actuel de la réglementation stipule qu'un « mélange à la bière est une boisson alcoolique qui est obtenue par le seul mélange de la bière avec du jus de fruits, de l'eau, du gaz carbonique ou une substance aromatique, qui n'a pas l'arôme, le goût et les caractéristiques communément attribués à la bière, et dont le produit fini n'est pas de la bière ». Or, dans ce contexte, il sera important maintenant de qualifier objectivement ce qu'est un mélange à la bière de plus de 7 % d'alcool afin d'en déterminer le réseau de vente.

Par ailleurs, le gouvernement a réagi pour soustraire ces produits de la vente chez les détenteurs de permis d'épicerie. Par contre, le marché demeure libre de toute contrainte pour la vente dans les établissements licenciés. Cet aspect est susceptible d'être problématique.

Aussi, les membres de l'ABQ souhaitent rappeler aux intervenants qu'il y a quelques années, avant l'apparition des boissons sucrées hautement alcoolisées, les autorités de santé publique du Québec étaient aux prises avec un enjeu émergent qui était le mélange de boissons énergisantes avec des spiritueux. Les consommateurs sont toujours à la recherche d'un produit de substitution lorsque celui qu'ils recherchent n'est plus disponible.

Dans ce contexte, les produits de type « cocktails » et « shooters » connaissent aussi une popularité grandissante. Ces mélanges sont constitués d'amalgame de différents alcools forts parfois supérieurs à 40 %. Illustration de cet état de fait, les ventes de spiritueux au Québec ont augmenté de plus de 30 % en l'espace de 10 ans, passant de 492 millions à 727 millions de dollars entre 2006-2007 et 2016-2017. La commercialisation de ces produits doit donc faire l'objet d'une attention particulière auprès des publics cibles, notamment auprès des 24-34 ans.

## ❖ PARTIE II – BONIFICATIONS SOUHAITÉES AU PL 170

### **Moderniser la culture institutionnelle de l'organisme : des ajustements à prévoir**

Quel rôle la RACJ doit se voir attribuer aujourd'hui, alors que le nombre de permis d'artisans brasseurs et de brasseurs industriels a augmenté de manière significative, et alors que l'on assiste à la transformation des pratiques de fabrication, de promotion et de publicité promotionnelle par l'industrie des produits alcooliques ? Ces changements ont certainement participé à complexifier l'environnement de la vente et de la fabrication de boissons alcooliques, des activités relevant directement de la compétence de la RACJ.

Alors que la RACJ aura des responsabilités accrues si le pl 170 est adopté tel quel (la vigie des publicités sur le web n'en est qu'un exemple), il serait important qu'elle soit dotée des moyens nécessaires pour mener sa mission à bien, et surtout que les ressources actuelles soient allouées de façon efficiente. Il est positif que les publicités sur le web soient assujetties à la réglementation. L'ABQ est d'avis que la RACJ doit adopter une approche de vigie qui tient davantage compte de la gestion de risque pour les enjeux de santé publique. Les récents cas des boissons sucrées hautement alcoolisées constituent des exemples concrets. Pendant des mois, des stratégies commerciales prônant l'excès et les abus d'alcool ont circulé sur le web et dans les médias sociaux en toute impunité.

*Exemples de publicités qui encouragent la consommation non responsable, trouvées sur le web en octobre 2017*



### **Prévisibilité réglementaire réclamée...**

En tant qu'administratrice de la *Loi sur les permis d'alcool* (LPA), la RACJ a compétence de décider de toute question concernant les permis et les promotions et la publicité en matière d'alcool. À ce titre, l'ABQ a plusieurs fois exprimé la nécessité de simplifier, de clarifier et de moderniser la réglementation issue de la LPA, particulièrement le *Règlement sur les permis d'alcool* (R5), afin de permettre une

---

meilleure prévisibilité du processus décisionnel vis-à-vis d'une demande de permis de réunion pour vendre, et également le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* (R6), en vue d'adapter le prix minimum sur la bière en fonction des nouvelles réalités socioéconomiques entourant les consommateurs québécois.

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

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

Par souci de constance et pour améliorer la prévisibilité des projets que les membres de l'ABQ soumettent à la RACJ via des demandes de permis et d'approbation promotionnelle ou publicitaire, nous recommandons que toutes les décisions que rendent les membres du personnel soient écrites, motivées et partagées. Par exemple, il pourrait être intéressant de publier un bulletin d'interprétation accessible aux demandeurs. Ces mesures permettraient d'évacuer le risque d'arbitraire qu'une décision exécutoire, rendue sans explication, laisse planer.

### **...et équité réglementaire nécessaire**

La commercialisation de l'alcool a beaucoup évolué au cours des 25 dernières années. Pour cette raison, nous plaidons vigoureusement pour que tous les canaux de vente d'alcool, qu'ils soient de la bière, du vin ou des spiritueux, pour la consommation à domicile ou pour la consommation sur place, fabricants industriels ou artisanaux, ou encore les détaillants privés ou public (SAQ) soient assujettis aux mêmes dispositions réglementaires. Perpétuer les iniquités envoie un mauvais signal.

Le dernier exemple en titre découle des mesures prises pour favoriser le développement de l'industrie des boissons alcooliques québécoises. L'une d'elles autoriserait les titulaires de permis de producteur artisanal de bière à vendre directement aux titulaires de permis de réunion. Pourquoi les détenteurs de permis de brasseurs industriels ne pourraient pas se prévaloir du même assouplissement ? Surtout que 85 % de nos produits sont brassés ici même, au Québec.

Le nombre de brasseurs autorisés à exploiter des installations au Québec est passé d'une dizaine à près de 200, et la Société des alcools du Québec a procédé à un virage commercial, en devenant un détaillant comme un autre. Ces deux exemples illustrent à eux seuls l'importance de moderniser et d'adapter la réglementation au contexte commercial contemporain. Pourquoi la SAQ, société d'État à vocation commerciale, ne serait pas assujettie aux mêmes règles que les autres commerçants ? Rappelons par exemple que le réseau de vente privé d'alcool est soumis aux règles du prix minimum sur la bière mais pas la SAQ.

Aussi, il est impératif que les organismes réglementaires aient les ressources humaines et financières pour veiller étroitement à l'application réglementaire. Le Québec compte de plus en plus d'entreprises qui commercialisent des produits brassicoles sans être détenteurs de permis de brasseurs. Pour ce faire, la première confie à la seconde, en sous-traitance, la fabrication et la distribution des produits. Est-il

---

normal que des produits alcooliques se retrouvent sur des tablettes de détenteurs de permis d'épicerie sans que l'entreprise qui détient la marque ou les droits de commercialisation n'ait de comptes à rendre aux organismes réglementaires ? Poser la question, c'est y répondre.

Comme institution chargée de l'administration de la *Loi sur les permis d'alcool*, la RACJ devrait se voir attribuer des outils efficaces pour veiller à la conformité réglementaire. Pour illustrer un seul exemple probant : le retrait d'une trentaine de produits fabriqués par la Cidrerie Solar à l'automne 2017 invite à la réflexion. La RACJ a été confrontée à une entreprise qui commercialisait ces produits sans être détentrice d'aucun permis, que ce soit de fabrication ou d'entrepôt. Lorsque la compagnie détentrice des permis a fait faillite, l'état actuel de la réglementation a fait en sorte que les recours de la RACJ envers l'entreprise détentrice des droits commerciaux sur les produits étaient plus que limités. Conséquemment, un rappel de produits qui aurait dû s'échelonner sur une période maximale de 30 jours a pris au moins deux fois plus de temps.

Également, il est bien loin le temps où le rôle prohibitionniste et de régulateur social de la SAQ était au cœur de sa mission. Au contraire, aujourd'hui, la société d'État à vocation commerciale a un mandat très clair en vertu de sa loi habilitante : « La Société a pour fonctions de faire le commerce des boissons alcooliques... ». Conséquemment, la SAQ gère ses succursales de manière identique à n'importe quel commerce de détail avec une approche de gestion de catégories qu'elle définit dans sa Politique d'achat et de mise en marché comme : « un processus qui consiste à obtenir l'efficacité et la rentabilité des catégories en répondant avec efficacité aux besoins des consommateurs. Elle s'appuie notamment pour ce faire sur les tendances du marché et sur les performances des catégories. Elle permet de maintenir à jour une gamme de produits adéquate grâce à une dynamique propre à chaque catégorie conformément au plan de chacune de ces catégories. Les catégories sont gérées comme des unités d'affaires stratégiques ». À ce compte, il s'agit d'un détaillant comme un autre. Il devrait être assujéti à la même réglementation que les autres détenteurs de permis d'épicerie.

## **Assurer de meilleurs suivis avec l'industrie sur des enjeux de fond**

### **Consommation responsable : un prix minimum pour tous les alcools**

L'ABQ réagit favorablement à la promotion de bonnes pratiques en matière de commercialisation et de consommation responsable. Ses membres s'assurent que leurs stratégies de commercialisation soient conformes aux dispositions réglementaires et de bon goût. La promotion de nos produits doit en tout temps être soucieuse du bien-être des citoyens. Les produits brassicoles font partie de nos mœurs québécoises depuis l'époque de la colonisation. La commercialisation des marques de bière fait partie de l'histoire de la publicité au Québec. Dans les années 70, alors que de nombreuses publicités étaient adaptées au marché local, notre industrie a joué un rôle prépondérant dans l'émergence d'une expertise publicitaire purement québécoise. Nous en sommes fiers.

Depuis longtemps, pour aujourd'hui et pour demain, notre engagement est clair et limpide. Nous nous assurons que nos pratiques commerciales s'adressent exclusivement aux personnes ayant atteint l'âge légal de consommer et qu'elles soient diffusées de manière socialement responsable. En aucun temps, nous ne privilégions une approche où les comportements liés à l'ivresse sont acceptables. Conséquemment, il est pour nous inacceptable que des concepts publicitaires puissent représenter des personnes qui abusent ou qui incitent à la consommation excessive d'alcool. Les grands brasseurs du Québec adoptent une éthique de commercialisation répondant à des critères d'excellence irréprochables.

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

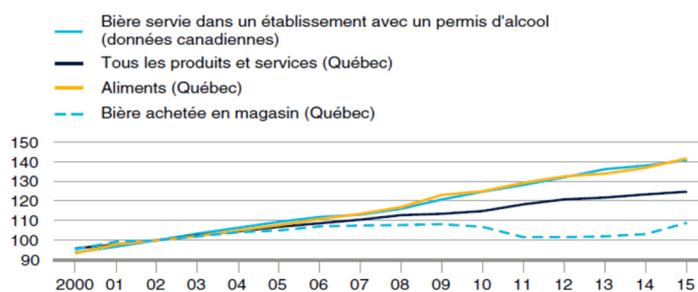
Au début des années 90, les volumes de bière vendus étaient largement supérieurs à ceux du vin. Aussi, lors de l'implantation d'un prix plancher pour la bière au Québec en 1993, la SAQ agissait avant tout comme un agent de régulation sociale à travers duquel le gouvernement agissait comme un État protecteur. Son mandat commercial n'était pas aussi développé qu'aujourd'hui. Pour ces deux raisons, seule la bière a alors été soumise au prix minimum.

Mais aujourd'hui, puisque vin et bière sont nez à nez en termes de ventes, et alors que les spiritueux sont en nette augmentation, l'ABQ souscrit à la recommandation de l'INSPQ, et déplore que le projet de loi n° 170 ne tienne pas compte de l'opinion de cet organisme gouvernemental reconnu. Alors que l'INSPQ avance qu'il faudrait « baser les prix sur le contenu en alcool de façon à créer des mesures incitatives favorisant les produits à plus faible teneur en alcool », il nous semble plutôt inéquitable que seule la bière, qui contient un plus faible pourcentage d'alcool, doive faire l'objet d'un encadrement plus serré que les autres produits alcoolisés.

Dans son Portrait de la consommation d'alcool au Québec de 2000 à 2015, l'INSPQ fournit un éclairage sur la question des prix de vente et affirme : « Au Québec, le prix de l'alcool a augmenté moins rapidement que l'indice des prix à la consommation (IPC). Entre 2002 et 2015, la hausse a été de 18,5 % pour l'ensemble des boissons alcoolisées par rapport à 24,7 % pour l'IPC total. Elle fut de 8 % pour les boissons alcoolisées achetées en magasin. Les boissons achetées en magasin sont devenues moins chères comparativement aux autres produits. Les boissons achetées pour consommer dans les débits de boissons, pour leur part, ont vu leur prix augmenter plus rapidement que l'IPC ».

*Comparaison de la croissance de l'IPC de divers produits de 2000 à 2015 – Statistique Canada (2016)*  
Source : ABQ

**Indice des prix à la consommation de divers produits au Québec**  
(2002 = 100)



Source : Statistique Canada, tableau 326-0020 – Indice des prix à la consommation, par province, annuel (consulté le 18 février 2016).

Dans ce contexte, nous sommes donc d'avis que l'évolution du contexte commercial et des habitudes de consommation des 25 dernières années exige que toutes les entreprises autorisées à vendre de la bière pour consommation à domicile doivent être assujetties à un prix minimum. Outre le changement d'index, un ajustement automatique en cas d'augmentation des taxes spécifiques sur l'alcool et d'accise constitue une nécessité. Pour des raisons de santé publique et d'équité réglementaire, les autorités gouvernementales doivent assujettir les autres canaux de vente de consommation à domicile au prix minimum en fonction de la teneur en alcool des différentes catégories de produits (bière, vin et spiritueux).

L'ABQ est également d'avis que tous les détaillants (privés et public) devraient être assujettis aux mêmes règles de commercialisation et de promotions et est disponible pour entamer un dialogue sur ces enjeux de fond avec les autorités compétentes.

### Abroger des articles archaïques

Comme précisé antérieurement, des changements dans le présent projet de loi viendront faciliter le travail de nos partenaires, les détenteurs de permis pour vendre aux consommateurs. Nous en sommes très heureux, car ces modifications viendront aussi faciliter la vie des détenteurs de permis de brasseurs. Cependant, ces derniers préconisent aussi des changements réglementaires additionnels qui auraient pour effet de bonifier ceux qui sont déjà proposés.

Ainsi, dans le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*, plusieurs dispositions relèvent d'une autre époque. Nous sommes 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.

Les brasseurs souhaitent voir abroger les articles qui suivent :

| Article      | Libellé  |
|--------------|--|
| 6            | « Un fabricant et un titulaire de permis ne peuvent faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique. Un distributeur ne peut faire conjointement de la publicité sur une boisson alcoolique avec un fabricant ou un titulaire de permis ».    |
| 8            | « Un titulaire de permis ou un distributeur ne peuvent faire une publicité sur les marques de boissons alcooliques d'un seul fabricant. »  |
| 12, alinéa 4 | « que la dégustation soit conduite par le fabricant des boissons alcooliques offertes en dégustation ou par une entreprise indépendante du commerce des boissons alcooliques et spécialisée dans les sondages d'opinion ou par les employés de la Société ». |

#### Article 6

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

#### Article 8

Le ministre de la Sécurité publique, Martin Coiteux, a affirmé en point de presse sa volonté de revoir cette disposition d'une autre époque. Par exemple, il est présentement interdit pour un propriétaire de restaurant d'avoir des parasols identifiés à une seule marque, ou pour un propriétaire de dépanneur d'afficher une promotion sur une seule marque.

#### Article 12, alinéa 4

Présentement, un employé majeur d'un supermarché ne peut faire goûter des boissons alcooliques dans son commerce. La dégustation doit être faite par un tiers (le fabricant lui-même de la boisson ou une entreprise indépendante). Ce qui complique inutilement les dégustations en magasin.

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

| Article | Libellé   |
|---------|---|
| 15.1    | « Un titulaire de permis de réunion doit acheter directement d'un titulaire de permis d'épicerie la bière qu'il entend vendre ou servir gratuitement. » |

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

---

## ❖ PARTIE III – CE QUI SOULÈVE DES ENJEUX DANS LE PL 170

### Clarifications souhaitées

Selon les membres de l'ABQ, le projet de loi n° 170, s'il contient plusieurs éléments positifs, laisse entrevoir certains flous législatifs, qui promettent d'être résolus par règlement. Or, il est difficile de se prononcer aujourd'hui sur des règlements à venir dont nous ne connaissons pas la teneur. Prenons par exemple l'article 95 du présent projet de loi, libellé comme suit :

Cette loi est modifiée par l'insertion, après l'article 23, du suivant :

« 23.1. La Régie peut, aux fins d'assurer la protection du public et de réaliser sa mission, prendre toute mesure visant à encourager les titulaires de permis à se conformer aux lois dont elle est chargée de l'administration et à se responsabiliser concernant, notamment, la consommation responsable de boissons alcooliques. »

Si l'ABQ est a priori en accord avec toute mesure de protection du public entraînant une consommation responsable, le législateur gagnerait à préciser ses intentions afin de permettre une compréhension et une application égales et équitables de la loi.

Aussi, nous désirons soulever des inquiétudes face à l'amendement proposé à l'article 54 du PL 170 :

L'article 114 de cette loi est modifié :

1° par le remplacement, dans ce qui précède le paragraphe 1°, de « La Régie peut, en séance plénière » par « Le gouvernement peut, en outre » ;

En substituant le gouvernement à la séance plénière de la RACJ, est-ce que le gouvernement s'arroge le droit de procéder à des changements réglementaires en lien avec la production et la commercialisation de l'alcool au Québec ? Rappelons une perspective historique : la commission d'enquête sur le commerce des boissons alcooliques avait, à la fin des années 60, recommandé une réforme en profondeur des régimes de surveillance et de commercialisation de ce secteur pour notamment assurer une vigie et une application réglementaires à l'abri de toute influence arbitraire.

Les membres de l'ABQ sont justifiés de poser des questions sur le sujet. Les champs de compétence de la RACJ sont connus depuis des décennies. Bien que l'on puisse parfois la critiquer, force est de constater qu'elle a rempli son principe fondateur du maintien de l'ordre public.

### Conclusion

Une industrie qui représente 0,4 % du PIB du Québec est une industrie qui mérite une attention particulière. Au sein d'une économie qui a perdu une partie de son tissu industriel, il est important de conserver un secteur d'activité capable de maintenir 39 000 emplois. L'évolution de cette industrie pluricentenaire au Québec rapporte année après année d'imposants dividendes au trésor public. De surcroît, elle continue d'investir massivement pour demeurer concurrentielle.

L'Association des brasseurs du Québec et ses membres fondent beaucoup d'espoir en une véritable réforme du cadre réglementaire de la production et de la commercialisation de l'alcool. Dans le quotidien, il est aisé d'en constater la désuétude. La sensibilisation des citoyens à la consommation responsable, les changements à la courbe démographique, l'explosion des permis de production ainsi que l'offre de produits et l'évolution des pratiques de commercialisation ne sont que quelques exemples tangibles pour illustrer l'évolution importante des conditions de marché depuis quelques années.

L'environnement commercial s'est aussi complexifié de diverses façons. D'une part, il y a la nouvelle tendance préoccupante d'octroyer des services de production et de mise en marché de produits à des tiers pour éviter de se soumettre à la réglementation en vigueur. Le cas de rappel des produits de marque de Four Loko a démontré tout le potentiel de dangerosité d'une telle pratique. D'autre part,

---

l'utilisation des médias sociaux pour cibler les jeunes clientèles soulève des questions d'éthique commerciale qui devraient amener les intervenants de l'industrie à réfléchir collectivement sur les responsabilités morales et sociétales de toute la société civile.

Par ailleurs, l'équité réglementaire est primordiale pour assurer une approche uniforme dans la production et la commercialisation des boissons alcooliques. Que les ventes soient effectuées par l'entremise des réseaux de commercialisation privé ou public, les règlements devraient s'appliquer de la même façon. Un prix minimum sur toutes les catégories d'alcool constitue le premier pas dans cette direction.

La grande industrie brassicole occupe une place importante dans l'économie québécoise avec un PIB annuel de plus d'un milliard \$. Elle crée de la valeur ajoutée qui est profitable à de nombreuses communautés réparties aux quatre coins du Québec. Ensemble, gardons l'industrie brassicole et ses nombreux partenaires économiques forts et prospères, afin d'assurer la pérennité de ce champ d'expertise québécois pour les décennies à venir.

---

L'Association des brasseurs du Québec

2000, rue Peel, bureau 888  
Montréal (Québec) H3A 2W5  
514 284-9199

