



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Mémoire de

l'Association des détaillants en alimentation du Québec

Présenté
à la

**Commission de l'Agriculture, des Pêcheries
et de l'Alimentation**

concernant les

**Consultations particulières et auditions publiques sur
le projet de loi n°137**

« Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants »

28 février 2006

QUI NOUS SOMMES

Depuis 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (A.D.A.) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants propriétaires en alimentation du Québec. Sa mission est de défendre et représenter les intérêts professionnels, socio-politiques et économiques des quelque 9 000 détaillants en alimentation, quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent. L'A.D.A. effectue en leur nom des interventions et des représentations auprès des différents gouvernements, organismes et partenaires de l'industrie agroalimentaire.

INTRODUCTION

L'Association des détaillants en alimentation du Québec est fort satisfaite des avancements proposés par le nouveau projet de loi sur les appellations réservées et les termes valorisants. Le projet de Loi n° 137 répond à de nombreuses préoccupations que nous vous avons formulées, par exemple la nécessité d'introduire des mesures de protection ou encore, d'éliminer la possibilité d'enregistrer des appellations par la voie d'un simple règlement.

Nous tenons également à saluer l'initiative de la création du *Conseil des appellations réservées et des termes valorisants* pour encadrer tout le processus, de l'accréditation à la vérification.

L'A.D.A. comprend l'impatience de plusieurs groupes qui souhaitent pouvoir rapidement bénéficier du programme de certification des produits alimentaires. Cependant, comme certains de nos questionnements soulevés lors de la première phase de consultation n'ont toujours pas trouvé de réponses, nous proposons donc d'approfondir nos explications sur :

- Le rôle primordial du détail
- La protection des appellations
- La promotion et le financement

En espérant que ces clarifications vous permettront d'aménager le projet de Loi n° 137 afin de le rendre compatible avec la réalité du détail. Soyez assurés de notre collaboration pour les étapes subséquentes puisque nous croyons que le secteur agroalimentaire doit être un outil privilégié de développement des régions du Québec.

LE RÔLE PRIMORDIAL DU DÉTAIL

D'abord, la sélection des membres du *Conseil des appellations réservées et des termes valorisants* nous laisse croire à une méconnaissance du processus de commercialisation des produits régionaux. Il nous apparaît important de sélectionner des représentants pour parler au nom des producteurs, des transformateurs, des distributeurs et des consommateurs. Il importe également de faire une place spéciale aux fabricants d'alcools puisque la protection de nombreux créneaux purement québécois, comme le « cidre de glace », devient indispensable si l'on souhaite poursuivre le développement de cette industrie. Ainsi, **l'A.D.A. n'arrive pas à s'expliquer l'absence d'un représentant du détail sur ce Conseil responsable de l'ensemble du processus, de l'accréditation à la vérification des appellations et des termes valorisants.**

Les détaillants de toutes les régions du Québec sont bien souvent ceux qui offrent la première chance à des producteurs de leur coin en leur ouvrant un espace sur leurs tablettes. Beaucoup d'entreprises ont commencé ainsi : ils ont bénéficié des conseils et de l'expertise de mise en marché des détaillants pour améliorer l'offre de leurs produits et mieux s'acclimater aux normes de l'industrie. Puis, lorsqu'un produit arrive à s'établir dans quelques points de vente, cette réussite, aussi modeste soit-elle, ouvre la porte à d'autres commerces de la région intéressés par une notoriété grandissante. Certains considèrent que c'est suffisant parce qu'ils ne peuvent pas ou ne veulent pas augmenter significativement leur production.

D'autres passent à l'étape suivante, en allant cogner à la porte des grands distributeurs (Loblaws, Métro, Sobeys). Sans le partenariat avec les détaillants de leur région, il est difficile de franchir cette étape et de s'adapter d'un coup aux normes de l'industrie. Bien sûr, les producteurs peuvent vendre eux-mêmes leurs produits, mais ils se ferment ainsi à l'expertise de personnes dont le travail quotidien est de mettre des produits en marché et de répondre aux besoins de la clientèle.

Le détail est pour de nombreuses petites entreprises agroalimentaires régionales un conseiller de premier plan en ce qui a trait au marché et aux méthodes d'affaires, c'est pourquoi nous croyons qu'il doit y avoir une place au sein du *Conseil des appellations réservées et des termes valorisants*.

Par ailleurs, l'A.D.A. s'interroge sur la possibilité de nommer un membre représentatif de l'ensemble de l'industrie des fabricants de produits à base d'alcool. L'industrie des alcools artisans québécois est divisée entre trois associations fréquemment en opposition, soit *l'Association des Cidriculteurs du Québec*, *l'Association des producteurs de boissons alcoolisées du Québec* et *l'Association des Vignerons du Québec*. Par le passé, lorsque l'A.D.A. a tenté de permettre la vente des alcools artisans dans le réseau des détenteurs de permis de catégorie épiciers (marchés d'alimentation et marchés publics), il faut se rappeler qu'une association a appuyé notre initiative alors que des membres des autres groupes se sont soulevés contre l'idée. L'A.D.A. tenait à souligner cet exemple afin de démontrer l'importance de s'assurer qu'au-delà des intérêts personnels, les membres du Conseil sont en mesure de défendre leur industrie pour le développement de l'ensemble des intervenants et non pas pour la réussite d'un petit nombre.

LA PROTECTION DES APPELLATIONS

Lors des consultations de septembre 2005, nous avons questionné les parlementaires afin de savoir ce qu'il adviendrait des marques de commerce existantes utilisant des termes qui s'apparentent à des appellations. Les marques de commerce sont de juridiction fédérale, alors que la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* est de compétence provinciale. Normalement, dans ce type de situation, la loi fédérale prévaut. Comme l'A.D.A. n'a toujours pas obtenu de réponse à cette question importante, **nous souhaiterions savoir si Québec a prévu une méthode afin d'inciter les entreprises détentrices de marques de commerce déposées préalablement à la loi québécoise à s'y conformer ?**

Nous avons également demandé des réponses quant au traitement qui sera réservé aux produits similaires étrangers, mais à notre connaissance, la Loi n'aborde pas cette question. Ces cas dont on ne connaît pas le nombre risquent de porter préjudice à toutes les appellations et les termes valorisants qui vont être mis en place suite à la Loi. Qui plus est, les consommateurs risquent certainement de s'y perdre.

De plus, la Loi avait certainement besoin de mordant pour décourager la fraude, mais il importe de s'assurer de frapper au bon endroit et nous sommes convaincus que le détail n'est pas le bon. À la lecture du projet de loi remodelé, l'A.D.A. était très déçue de constater que non seulement la vente de produits « non conformes » entraînerait des amendes importantes pour les détaillants, mais que les produits pourront également être saisis par les inspecteurs. Le commerce de détail en alimentation est probablement un des secteurs économiques les plus réglementés. Le moindre écart de conduite y est sévèrement réprimé, que ce soit relativement à :

- La salubrité des aliments ;
- Les pratiques de manipulation et de conservation des aliments ;
- L'affichage et l'exactitude des prix ;
- La vente de substances prosrites à des mineurs (alcool, loteries et tabac) ;
- Le respect d'un nombre strict d'employés selon les heures d'ouverture ;
- Le respect des prix minimums sur le lait, la bière et le vin.

Toutes ces activités sont passibles d'amendes importantes, voire de suspension des permis d'exploitation qui y sont reliés. Les détaillants doivent également s'acquitter de la collecte, de la manutention et de la gestion des contenants consignés même si cette activité vient en contradiction avec leur responsabilité première qui est de garantir la salubrité des aliments.

Lors des consultations de la CAPA en septembre 2005, l'A.D.A. s'était montrée très clairement en défaveur de **l'imposition d'amandes aux détaillants qui risquent de compliquer la mise en marché des produits sous appellation**. Si un produit utilise faussement une appellation ou encore un terme valorisant enregistré, les inspecteurs devraient plutôt exiger du détaillant des informations sur l'origine du produit afin d'identifier le fournisseur fautif. Il serait ridicule de lui imposer une amende et de cette façon, le décourager à faire la mise en marché de produits de créneau québécois.

Les responsables du dossier chez *Transformation Alimentaire Québec* (TRANSAQ) nous ont assuré que les inspecteurs ne vont pas saisir sur le champ les produits « non conformes », qu'ils permettront plutôt aux détaillants d'apporter des correctifs à l'affichage de ces produits et ainsi, en éviter la saisie. Malheureusement, à la lecture de la Loi, nous ne saisissons pas ces nuances. Tout ce qui semble clair, c'est que les détaillants seront visés par des amendes alors qu'ils n'auront commis aucune infraction, sinon de mettre en marché les produits d'une tierce partie. Peut-être que les clarifications viendront lors de la publication des règlements, mais les **détaillants ont de sérieux questionnements quant au bon jugement et à l'uniformité d'interprétation qu'on leur promet de la part des inspecteurs.**

Nos membres se plaignent fréquemment du fait que les inspecteurs du *Centre Québécois d'inspection des aliments et de santé animale* appliquent différemment la même loi selon les régions. C'est pourquoi nous croyons que le pouvoir des inspecteurs peut s'avérer très problématique, dans l'éventualité où leur rôle n'est pas mieux délimité. L'article 72 relatif au travail de ces derniers nous inquiète particulièrement :

72. *L'amende imposée pour sanctionner une infraction appartient au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants lorsqu'il a intenté la poursuite pénale.*

Selon la Loi, le ministre ne peut contribuer aux activités du Conseil que pour une durée de 5 ans après l'entrée en vigueur de celle-ci. De plus, l'article 73 stipule que « *les activités du Conseil sont financées à même les contributions qu'il perçoit en vertu de la présente loi* ». De ces faits, nous redoutons une surenchère des amendes. **L'émission d'amendes ne doit en aucun cas devenir le mode de financement dans l'éventualité du retrait de l'implication financière du gouvernement.** Il faut certainement décourager la fraude et l'utilisation abusive des appellations et des termes valorisants, mais nous répétons une fois de plus qu'il est essentiel de punir les bonnes personnes. Par contre, cette disposition explique peut-être pourquoi on souhaite imposer des amendes aux détaillants?

LA PROMOTION ET LE FINANCEMENT

Pour l'A.D.A., l'accès aux tablettes, la multiplication des marques privées, la difficulté d'établir une *marque de commerce* reconnue par les consommateurs et la différence des coûts de fabrication sont tous des facteurs importants qu'il ne faut pas exclure du processus.

Pour que le système québécois des appellations arrive à rapporter des dividendes, il faut prioritairement éduquer la population. Population qui se dit acheteuse de produits québécois dans tous les sondages, mais qui, quand vient le temps de faire son marché, se trouve bien souvent prisonnière de ses habitudes de consommations et dont seule une minorité est prête à déboursier plus pour un produit d'ici. Il faudra travailler très fort pour convaincre les Québécois de la nécessité de payer plus cher pour des produits de créneau.

La promotion est donc essentielle au développement des appellations réservées et des termes valorisants, mais c'est pourtant sur ce point que réside le plus d'interrogations. L'A.D.A. croit toujours que compte tenu de son mandat et de sa notoriété, *Aliments du Québec* doit avoir un rôle central en ce qui a trait à la sensibilisation de la population et à la promotion directe des produits sous appellations. Pourtant, élargir le mandat d'*Aliments du Québec* sans lui assurer un financement adéquat serait une erreur.

Dans le fond, l'argent est le nerf de la guerre et pour l'instant, le financement du Conseil et de toutes les activités qui y sont reliées ne sont garanties que pour une période de cinq ans tel que le stipule l'article 81. Il est prévu que par la suite, l'organisme s'autofinance à même les contributions des adhérents. Cela nous semble passablement court, surtout en comparaison au temps qui a été nécessaire pour élaborer les deux appellations passablement avancées au Québec, le « Bio » et le veau de Charlevoix.

Le processus dans lequel se lance le Québec en est complexe et coûteux, mais prometteur pour favoriser la différenciation des productions et surtout assurer la sauvegarde des économies régionales. Encore faut-il que les budgets servent au développement et à la promotion des appellations et des termes valorisants, plutôt qu'au développement de nouvelles entreprises agricoles ou encore, au soutien de la production.

CONCLUSION

L'A.D.A. souhaite que le Québec mette finalement à l'épreuve la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* qui devra évoluer et probablement, être modifiée. Cependant, comme nous l'avons expliqué précédemment, l'A.D.A. s'attend à ce que certains points litigieux soient clarifiés afin d'éviter qu'ils soient mal interprétés.

Nous répétons qu'il est impensable pour nous que le détail ne soit pas représenté sur le *Conseil des appellations réservées et des termes valorisants*. Ce sont les détaillants québécois qui mettent en marché les nouveaux produits fabriqués dans leur région, c'est donc en grande partie sur leur travail que repose l'éclosion de nombreuses petites entreprises agroalimentaires.

De plus, l'A.D.A. s'oppose aux sanctions envers les détaillants et croit que c'est le producteur qui doit être tenu responsable de l'appellation de son produit. La Loi avait certainement besoin de mordant pour décourager la fraude, mais il faut s'assurer de décourager les fautifs. La saisie de produits ne comportant aucun risque relié à la salubrité ou à la santé publique est inacceptable. De plus, en menaçant les détaillants d'amendes pouvant aller de 2 000 \$ à 20 000 \$, nous craignons que cela puisse grandement compliquer l'accès aux tablettes pour les produits sous appellations réservées ou termes valorisants.

Finalement, l'A.D.A. souhaite que le projet de *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* arrive à favoriser l'émergence d'entreprises agroalimentaires et permette la différenciation de la production québécoise. Nous croyons qu'avec un financement adéquat, le *Conseil sur les appellations réservées et les termes valorisants* peut y arriver. Surtout que la rentabilité des produits sous appellations réservées va, selon nous, dépendre de l'efficacité de leur mise en marché ainsi que de la promotion.