

Juin 2022

ASSOCIATION RESTAURATION QUÉBEC

MÉMOIRE POUR LA CONSULTATION
PUBLIQUE SUR LA FILIÈRE DES
BOISSONS ALCOOLIQUES DU QUÉBEC

DÉPOSÉ À LA CONSULTATION PUBLIQUE ITAQ-
ITHQ



Notre mission

L'Association Restauration Québec (ARQ) a pour mission de fournir à l'ensemble des établissements de restauration membres à travers le Québec des services complets d'information, de formation, de rabais, d'assurances et de représentation gouvernementale.

Notre vision

L'ARQ consacre ses efforts à rassembler et à sensibiliser tous ces intervenants aux causes qui leur sont communes. Chaque action posée par l'ARQ a pour finalité de contribuer à l'essor de ses membres et de les aider à relever de nouveaux défis.

Personne-contact

M. Martin Vézina

Vice-président, affaires publiques et gouvernementales

mvezina@restauration.org

Date de parution

Le 8 juin 2022

Éditeur

Association Restauration Québec

6880, Louis H.-Lafontaine

Montréal (Québec) H1M 2T2

Tél. : 514 527-9801 ou sans frais 1 800 463-4237

info@restauration.org

www.restauration.org

TABLE DES MATIÈRES

L'Association Restauration Québec : la restauration sous toutes ses formes!	4
Introduction	5
Un besoin de formations concises	7
Alcools québécois : un nouveau mode de distribution	10
La restauration comme réseau de distribution complémentaire à la SAQ	14
Le timbre : un obstacle commun	16
Conclusion	18
Annexe 1 — sommaire des recommandations	19

L'ASSOCIATION RESTAURATION QUÉBEC : LA RESTAURATION SOUS TOUTES SES FORMES!

Le 6 juin 1938 était fondée, à Montréal, l'Association des restaurateurs du Québec (ARQ). Si, à l'origine, l'organisation ne regroupait qu'une quinzaine de restaurateurs rassemblés pour combattre un projet de taxe sur les repas au restaurant, l'ARQ regroupe aujourd'hui plus de 5 000 membres ayant réalisé, en 2019, plus de 6 milliards de dollars de ventes, soit environ la moitié du total des recettes de toute l'industrie de la restauration au Québec.

Maintenant connue sous le nom d'Association Restauration Québec, l'ARQ regroupe les propriétaires et les gestionnaires du domaine de la restauration sous toutes ses formes. Elle compte également des membres associés, des fournisseurs de produits et de services pour hôtels, restaurants et autres services alimentaires, ainsi que des membres affiliés œuvrant dans l'enseignement de la restauration et de l'hôtellerie.

L'organisation a pour mission de fournir aux gestionnaires de restaurants membres des services complets d'information, de formation, d'escomptes, d'assurances, d'accompagnement ainsi que de les représenter auprès du public et des pouvoirs publics afin de faire valoir leurs préoccupations.

La restauration est une industrie de premier plan dans le développement économique de l'ensemble des régions du Québec. Elle est aussi ancrée dans les communautés en étant l'un des rares secteurs à se trouver partout à travers le territoire. D'ailleurs, l'ARQ se plaît à dire que dans chaque ville et village au Québec, il y a une église, une caisse populaire et un restaurant même si depuis quelque temps, il ne reste bien souvent plus que le restaurant qui est en mesure d'offrir ce lieu de socialisation.

L'ARQ représente, bien sûr, les intérêts des restauratrices et des restaurateurs, mais elle est aussi reconnue pour toujours le faire constructivement, en discutant constamment avec les décideurs.

INTRODUCTION

Au cours de la dernière décennie, la variété, la qualité et le volume des alcools produits au Québec ont explosé. Cela est facilement observable avec la prolifération des bières de microbrasserie qui ont rapidement conquis le cœur des consommateurs de la province. Ce produit, qui était pourtant marginal il y a 20 ans, est désormais présent dans la majorité des épiceries où il occupe dorénavant une place de choix, bénéficiant même souvent d'une allée réservée. Les microbrasseries se sont également taillé une place de choix dans les restaurants de la province qui offrent une variété toujours croissante de bières artisanales en fût. Le nombre de brasseries a donc augmenté de manière significative au cours des dernières années. D'ailleurs, l'ARQ est fière de compter plusieurs microbrasseries parmi ses membres, car ces établissements possèdent généralement une offre de plats et opèrent donc avec un permis de restauration.

Cependant, il serait faux de penser que l'engouement des consommateurs pour les alcools québécois se limite aux bières. En effet, les spiritueux locaux et plus particulièrement les gins connaissent une importante popularité, au point où le gin québécois Ungava figure parmi les meilleurs vendeurs de la SAQ en 2021 et en 2020¹. Le Québec est aussi, depuis 2019, le plus grand vendeur de gin au Canada². En 2021, ce spiritueux a d'ailleurs enregistré une croissance de près de 16 % de ses ventes en litres comparativement à 2020³. On peut donc dire que le gin continue d'avoir le vent dans les voiles.

Longtemps marginalisé, le vin québécois connaît également un engouement croissant. En 2021, ses ventes ont augmenté de 12 % comparativement à celles de 2020⁴. La même année, les 158 producteurs viticoles québécois ont produit 3,1 millions de bouteilles constituées à 44 % de vin blanc et à 32 % de vin rouge⁵.

La restauration représente un point de distribution essentiel aux produits alcoolisés québécois. En effet, les restaurateurs permettent aux consommateurs de découvrir ces produits dans un contexte privilégié de dégustation et d'accords avec des mets diversifiés. De plus, l'offre croissante de cocktails à base de boissons québécoises dans les restaurants représente également une vitrine avantageuse pour ces produits. Il est donc important

¹ SAQ, *Commission des finances publiques étude des crédits 2021-2022*.

² SAQ, rapport annuel 2021.

³ *Ibid.*

⁴ Conseil des vins du Québec, *Les ventes des vins du Québec en 2021*.

⁵ *Ibid.*

que les producteurs d'alcool locaux travaillent avec les restaurateurs pour maximiser les gains de cette relation mutuellement bénéfique.

C'est dans cette optique que s'inscrit ce mémoire, soit une recherche d'améliorations pouvant profiter à ces deux industries. Ainsi, les préoccupations de la restauration québécoise en matière de vente, de distribution et de service des boissons alcoolisées y seront exposées. Ce faisant, des pistes d'amélioration permettant d'accroître la popularité des alcools québécois et les bénéfices que ces derniers génèrent y seront identifiés. L'ARQ tient également à remercier l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec (ITAQ) et l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) d'avoir accepté de prendre connaissance de ce mémoire sur ces produits essentiels de notre industrie.

UN BESOIN DE FORMATIONS CONCISES

Malgré leur popularité croissante, les boissons alcoolisées québécoises sont encore sous-exploitées dans certains établissements de restauration. Cette situation s'explique en grande partie par une méconnaissance de ces produits présente chez certains restaurateurs et leurs travailleurs, que ce soit en salle ou en cuisine. Considérant le fait que les restaurants représentent le lieu de découverte épicurienne par excellence, les consommateurs découvrent souvent de nouveaux alcools ou de nouvelles utilisations pour ces derniers dans nos établissements. Pour pouvoir tirer pleinement profit de cette incroyable vitrine, il serait donc important d'offrir des formations en matière de boissons alcoolisées québécoises au personnel de l'industrie de la restauration.

Compte tenu de l'actuelle pénurie de main-d'œuvre, les restaurateurs ne peuvent toutefois pas se priver de leur personnel pour une durée prolongée, c'est pour cette raison que nous pensons qu'une offre variée de cours d'une durée maximale de trois heures serait idéale. De la sorte, les employés peuvent aller chercher de la formation sur ces produits sans mettre en difficulté leurs employeurs. De plus, considérant l'intérêt que génèrent actuellement les produits alcoolisés québécois, il y a fort à parier que nombre d'employés auront une certaine connaissance de ces produits et pourraient rechercher une formation spécifique. Par exemple, un serveur pourrait être un grand amateur de spiritueux et de bières du Québec, mais avoir une connaissance très limitée des vins québécois. Cet employé profiterait donc davantage d'une formation centrée sur son besoin, soit les produits viticoles québécois.

De surcroît, un restaurant peut très bien offrir exclusivement un seul type de boissons québécoises sur sa carte. Par exemple, un établissement peut avoir une carte d'alcool se limitant exclusivement à du vin. Dans ce cas, une longue formation de son personnel à l'ensemble des produits alcoolisés québécois ne profiterait que peu à ce restaurateur et à ses employés. Cependant, ils profiteraient indéniablement d'une offre de cours succincts ciblant précisément le vin québécois. Une offre de formations nombreuses, mais courtes, répondrait donc davantage aux besoins des restaurateurs et de leurs employés. Par conséquent, l'ARQ considère donc qu'il serait important que le personnel de l'industrie de la restauration ait accès à des formations courtes, spécifiques et variées sur les produits alcoolisés québécois. Les formations offertes au personnel de la restauration sur les boissons québécoises devraient évidemment permettre aux employés qui les suivent de découvrir les cépages, les régions de production, les particularités gustatives, les producteurs et les produits composant ces alcools. Cependant, il serait également

important de présenter des alcools locaux pouvant servir de produit de substitution à des alcools étrangers. Par exemple, dans l'élaboration d'un cocktail classique tel que le Negroni, on pourrait remplacer le Martini par du Rouge gorge, le Campari par de l'Amérimelade et le gin par un gin québécois comme le KM12. Ainsi, les restaurateurs pourraient facilement se créer des cartes de cocktails signatures uniques qui demeurent cependant familiers pour leur clientèle. De plus, cela permettrait de mettre de l'avant plusieurs produits alcoolisés québécois et de faire découvrir de nouveaux usages de ces derniers aux consommateurs. L'ARQ recommande donc que ces formations veillent à présenter des boissons alcoolisées québécoises pouvant servir de produit de substitution à des alcools traditionnellement importés.

D'ailleurs, il serait dommage de limiter ces formations en alcools québécois aux serveurs, barmans, maîtres d'hôtel et sommeliers. En effet, ces produits gagneraient également à être mieux connus des cuisiniers et des chefs. Ces derniers pourraient profiter de formations leur présentant des boissons alcoolisées québécoises pouvant servir de produit de substitution à des alcools étrangers très utilisés en cuisine. Par exemple, on peut très bien remplacer le sauternes d'un foie gras au torchon par un vin de glace ou même par un cidre de glace. On peut aussi remplacer le Cointreau de la sauce d'un canard à l'orange par du triple sec québécois, comme la Fleur de l'Île. Avec l'engouement actuellement suscité par les produits locaux, nul doute que de telles substitutions plairaient aux consommateurs. En plus, certains de ces produits sont plus abordables que leurs homologues étrangers. Le remplacement des alcools traditionnels dans certaines recettes pourrait alors s'avérer intéressant sur le plan économique. L'ARQ recommande donc que les formations en alcools québécois offertes au personnel de la restauration ne soient pas uniquement axées sur le service. Ces dernières devraient inclure des cours d'utilisation de ces alcools régionaux en cuisine.

Finalement, nous aimerions rappeler que la restauration a été frappée de plein fouet par la pandémie de COVID-19 et que cette industrie commence tout juste à se relever des vagues de restrictions et de fermetures qui lui ont été imposées. De surcroît, les restaurateurs se heurtent actuellement à une inflation galopante du prix des aliments. La plupart des restaurateurs n'ont donc pas forcément la capacité financière d'investir massivement dans la formation de leurs employés. Par conséquent, l'ARQ recommande que les formations en matière de boissons alcoolisées québécoises offertes à l'industrie de la restauration demeurent abordables.

RECOMMANDATION N° 1

L'ARQ recommande que le personnel de l'industrie de la restauration ait accès à des formations abordables, courtes de quelques heures, spécifiques et variées sur les produits alcoolisés québécois.

RECOMMANDATION N° 2

L'ARQ recommande que ces formations veillent à présenter des boissons alcoolisées québécoises pouvant servir de produit de substitution à des alcools traditionnellement importés.

RECOMMANDATION N° 3

L'ARQ recommande que les formations en alcools québécois offertes au personnel de la restauration ne soient pas uniquement axées sur le service. Ces dernières devraient inclure des cours d'utilisation de ces alcools régionaux en cuisine.

ALCOOLS QUÉBÉCOIS : UN NOUVEAU MODE DE DISTRIBUTION

Malgré les efforts évidents des dernières années qui méritent d'être soulignés, la distribution des alcools artisanaux québécois par la SAQ est toujours loin de satisfaire les producteurs. Certes, les gins et les vins québécois sont parvenus à se tailler une place de choix sur les tablettes de la SAQ. Néanmoins, plusieurs types d'alcools québécois sont encore boudés par la société d'État. C'est notamment le cas des whiskys, des eaux-de-vie, des liqueurs de fruits et des créations les plus originales de nos distillateurs locaux. En effet, la politique de la SAQ dicte quelles bouteilles auront accès aux tablettes de l'ensemble des succursales, selon des critères de demande et de notoriété difficilement atteignables pour de nouveaux produits tentant de défricher de nouveaux marchés ou simplement de satisfaire un besoin de niche. Même les produits actuellement très en vogue, tels que le gin, peuvent voir leur distribution bloquée par la SAQ pour des raisons de volume de production, de visuel de la bouteille, d'esthétique de leur étiquette ou simplement par ce que leur goût est jugé trop différent de « celui que recherche les consommateurs ». En effet, le processus de sélection des nouveaux produits de la SAQ exige que le produit proposé soit en mesure d'atteindre les objectifs stratégiques de sa catégorie, de réussir une évaluation de ses aspects qualitatifs, de prouver qu'il possède une certaine notoriété et d'avoir un bon potentiel de performance⁶. Les politiques du producteur en termes de développement durable seront également considérées⁷. D'ailleurs, pour contourner les difficultés de distribution de la SAQ, certaines distilleries, comme la distillerie Wabasso, invitent leurs clients à venir chercher leurs bouteilles directement sur place⁸.

Nombre de ces produits ignorés par la SAQ sont pourtant disponibles en vente directement chez les distillateurs et les vigneronns québécois. De plus, il n'est pas toujours question d'une exclusion complète des tablettes, ce qui est heureusement beaucoup plus rare depuis quelques années. Le principal problème est que certains produits qui sont officiellement distribués par la SAQ sont en fait disponibles que dans certaines succursales et manque donc de visibilité. Par exemple, le gin Récif de la Distillerie des Marigots n'est actuellement disponible que dans 180 des 430 boutiques de la SAQ. Le gin

⁶ SAQ, *Politique d'achat et de mise en marché de la société des alcools du Québec*.

⁷ *Ibid.*

⁸ Matthieu Max-Gessler, « Problèmes de distribution avec la SAQ : la Distillerie Wabasso invite les clients chez elle », *Le nouvelliste*, Novembre 2021.

Furlong de la Distillerie de La Chaufferie n'est quant à lui disponible que dans 86 points de vente. Finalement, l'Acérum Blanc de la Distillerie Shefford se trouve seulement dans 53 succursales de la SAQ.

Cependant, ces problèmes d'approvisionnement ne touchent pas uniquement les producteurs, car les restaurateurs et les propriétaires de bar sont également victimes de la logique de distribution qu'impose la SAQ. Par exemple, selon Jonathan Roy, président de l'Union québécoise des microdistilleries, un bar voisin de la distillerie La Société secrète, en Gaspésie, aimerait bien faire des cocktails avec les spiritueux locaux, mais il n'arrive pas à mettre la main sur les produits de cette dernière⁹. En effet, toute la production de La Société secrète transite obligatoirement par la SAQ et se vend dès qu'elle touche les tablettes, empêchant le bar en question d'acquérir des produits de la distillerie voisine.

La dernière grève des employés de la SAQ a aussi privé de nombreux restaurateurs de leurs approvisionnements réguliers en vin et spiritueux. Nos exploitants ont donc été obligés de réduire leur offre de boissons, car ils n'arrivaient simplement plus à s'approvisionner. Les titulaires de permis d'alcool ont dû remanier leur carte d'alcool et faire une croix sur des ventes de boissons alcoolisées à cause de ce conflit de travail, alors qu'ils sortent pourtant d'une période historiquement difficile résultant de la pandémie de COVID-19.

De surcroît, les moyens de pression du personnel d'entrepôt de la SAQ ont eu pour conséquence de bloquer, dans les entrepôts de Québec ou de Montréal, les produits des distilleries et vignobles québécois. Ces derniers n'ont donc pas été commercialisés pendant plus d'un mois et la société d'État n'a donc pas eu besoin de renouveler ses stocks. Ainsi, les producteurs de ces boissons alcoolisées québécoises ont été privés d'une part importante de leurs ventes sans pouvoir faire autre chose que d'attendre patiemment que le conflit se règle. En d'autres termes, l'accumulation de bouteilles dans les entrepôts de la SAQ a eu pour conséquence de retarder les commandes de la société d'État auprès des producteurs, aggravant ainsi leur situation en retardant leurs rentrées d'argent.

Il y a quelques années, la Distillerie du Fjord, productrice du réputé gin KM12, a été confrontée à la rigidité du processus de sélection des nouveaux produits de la SAQ qui refusait alors de vendre ses produits. Ce gin boréal, entièrement fabriqué à Saint-David-

⁹ Ève Dumas, « Des producteurs en ont assez de "distiller pour des miettes" », *La presse*, 10 septembre 2021.

de-Falardeau, a donc dû attendre de remporter la première place du *San Francisco World Spirits Competition* et le prix de la distillerie de gin de l'année au *New York International Spirits Competition*, avant d'être commercialisé au Québec par la SAQ¹⁰.

L'ARQ pense que la restauration pourrait jouer un rôle complémentaire clé dans la commercialisation de nouveaux produits alcoolisés québécois, notamment en permettant aux producteurs de distribuer facilement leur production dans les restaurants. Ces derniers pourraient alors faire découvrir leurs produits, même s'ils ne sont pas encore aptes à répondre à l'ensemble des critères de commercialisation imposés par la SAQ. Le fait de pouvoir offrir leurs boissons directement dans les établissements de restauration leur permettrait d'augmenter leur notoriété auprès de la clientèle et donc de faciliter par la suite leur entrée sur les tablettes de la Société des alcools du Québec.

D'ailleurs, des distilleries québécoises victimes des impacts du conflit de travail et des autres problèmes de distribution de la SAQ se sont unies pour obtenir le droit d'instaurer un réseau complémentaire à celui de la société d'État pour vendre leurs spiritueux, car actuellement, les distillateurs sont contraints de vendre exclusivement leurs produits à la SAQ ou entre les murs de leur établissement¹¹. Elles cherchent donc clairement à trouver d'autres points de vente pour leurs spiritueux que ceux de la SAQ¹². D'ailleurs, cette revendication risque de devenir plus criante depuis que l'Australie a obtenu gain de cause dans sa plainte auprès de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) qui accusait le Canada de ne pas respecter les principes du libre-échange et de favoriser injustement ses vins¹³. Ainsi, dès 2023, les vins artisanaux québécois seront assujettis à la majoration de la SAQ, même lorsqu'ils sont vendus dans les épiceries et les dépanneurs¹⁴. La perte de compétitivité qui en résultera conduira probablement les vignobles à chercher de nouvelles débouchées, tels que les restaurants.

Ces revendications des distillateurs confirment donc l'intérêt que représenterait la possibilité de vendre directement leurs alcools aux restaurateurs qui pourraient également servir de point de vente dans un modèle similaire à celui des cavistes français. Il s'agirait alors d'une situation mutuellement bénéfique que nos deux industries ont intérêt à soutenir.

¹⁰Sarah Pedneault, « Du gin régional sur les tablettes de la SAQ », *Radio Canada*, août 2017.

¹¹ Jean-Michel Genois Gagnon et Francis Halin, « Des distilleries veulent leur réseau de vente », *Journal de Québec*, décembre 2021.

¹² *Ibid.*

¹³ Gabriel Béland, « Revers pour les vigneron québécois », *La Presse*, Avril 2021.

¹⁴ *Ibid.*

Par conséquent, l'ARQ recommande que les distilleries puissent vendre leur production aux titulaires de permis d'alcool pour consommation sur place sans passer par le réseau de la SAQ. Ce sera sans perte pour celle-ci puisque le cadre légal actuel exige la perception de la majoration. Après tout, les brasseries livrent déjà leurs bières directement aux établissements titulaires de permis, alors pourquoi ne pas étendre ce droit aux autres producteurs d'alcool québécois qui ont un besoin criant de débouchés.

RECOMMANDATION N° 4

L'ARQ recommande que les distilleries québécoises obtiennent le droit de vendre et de livrer leurs produits directement aux établissements titulaires de permis, de sorte à créer un réseau complémentaire à celui de la société d'État.

LA RESTAURATION COMME RÉSEAU DE DISTRIBUTION COMPLÉMENTAIRE À LA SAQ

Au niveau des enjeux de la restauration, l'ARQ répète, depuis plusieurs années, que la modernisation des législations entourant la vente et le service de boissons alcooliques constitue un des principaux irritants des restaurateurs québécois. À ce sujet, une grande étape a été franchie au cours des dernières années avec l'adoption du nouveau régime des permis d'alcool et l'obtention du droit de vente d'alcool sans aliments dans les restaurants. Cependant, l'ARQ souhaite que l'État québécois aille plus loin et permette aux établissements de vendre au détail directement sur place les bouteilles de vin, voire de spiritueux, qu'ils tiennent en stock, comme le font les cavistes en France.

Bien que cette demande puisse sembler concurrencer directement la Société des alcools du Québec (SAQ), il faut plutôt voir cette proposition comme une extension complémentaire à l'offre de la SAQ, avec des produits ne se retrouvant pas nécessairement dans le catalogue de la société d'État. Les distilleries pourraient alors utiliser les restaurants comme un réseau de vente alternatif qui leur permettrait, entre autres, de distribuer des productions spéciales distillées en trop petit volume pour répondre aux critères de la SAQ. De plus, ce réseau alternatif pourrait également permettre aux distillateurs et aux vignerons de tester de nouveaux produits plus audacieux qui n'intéresseraient pas la Société des alcools, mais qui pourraient intéresser les restaurateurs. Par exemple, un restaurant dont le concept repose sur le 100 % local pourrait être intéressé par un calvados ou un pálinka produit au Québec avec des variétés de pommes locales. Or, la SAQ ne propose aucune équivalence québécoise à ces alcools (alors que la province est un producteur important de pommes) et son offre de pálinka est extrêmement limitée (lorsque des bouteilles sont disponibles).

La majoration des prix serait quand même perçue par la SAQ sur les bouteilles vendues dans les restaurants et bars, celle-ci n'aurait donc pas à s'inquiéter de voir ses profits chuter. L'ARQ croit que l'État québécois n'en sortirait que gagnant et répondrait également à une demande de la population, car 71 % des consommateurs québécois souhaiteraient acheter du vin au détail directement au restaurant¹⁵, selon une étude de l'Institut économique de Montréal produite en 2020. Un tel réseau de vente permettrait également à tous les restaurants et bars de mettre de l'avant les produits des vignobles et des distillateurs de leur région, ce qui en favoriserait également le développement du

¹⁵ Daniel Dufort. « Des solutions pour aider les restaurateurs », Le Point, avril 2020, Montréal : Institut économique de Montréal

tourisme gastronomique. L'adoption des restaurants comme point de vente de bouteilles de vin ou de spiritueux québécois permettrait une meilleure couverture de la demande des consommateurs qui ne vivent pas tous à proximité d'une SAQ. Des restaurateurs cavistes profiteraient donc aux producteurs à qui ils offriraient de nouveaux débouchés, mais aussi à la SAQ qui enregistrerait des ventes plus importantes grâce à la majoration que les restaurateurs lui verseraient.

Par conséquent, l'ARQ recommande que l'État québécois permette aux restaurateurs de vendre au détail directement sur place les bouteilles de vin, voire de spiritueux, qu'ils tiennent en stock, comme le font les cavistes en France.

RECOMMANDATION N° 6

L'ARQ recommande que l'État québécois permette aux restaurateurs de vendre au détail directement sur place les bouteilles de vin, voire de spiritueux, qu'ils tiennent en stock, comme le font les cavistes en France.

LE TIMBRE : UN OBSTACLE COMMUN

Malheureusement, le marquage par timbre imposé par le gouvernement représente un obstacle à cette commercialisation étendue, tout comme aux opérations courantes des restaurateurs. Pourtant, en 2018, le projet de loi 170 visant à moderniser la vente et le service de boissons alcooliques devait marquer l'abolition de ce timbre de droit qui, bien souvent appliqué maladroitement sur les bouteilles de vin et de boissons par un employé de la SAQ, causait bien des problèmes inutiles aux détenteurs de permis d'alcool : timbre déchiré, illisible ou simplement manquant. Cependant, devant l'absence de solution de remplacement, le timbre de droit a tout simplement été réhabilité par l'adoption du projet de loi 41 en mars 2020, alors que son retrait avait été voté unanimement à l'Assemblée nationale deux ans plus tôt. L'ARQ est dépitée de voir qu'en 2022 aucune alternative n'ait été trouvée alors que le Québec est pourtant la seule province du Canada à fonctionner avec un tel système. Ironiquement, le Québec est aussi la seule province avec un outil puissant de vérifications des transactions, soit le module d'enregistrement des ventes (MEV), qui pourrait être mis à contribution facilement pour faire des comparatifs achats/ventes.

Il est important de rappeler que le détenteur de permis est le seul à subir les contrecoups en cas d'erreur de timbrage à la SAQ et de visite de la police. Il peut même se voir suspendre son permis d'alcool. Devoir systématiquement demander à un employé de vérifier les 200 bouteilles commandées une par une pour s'assurer qu'un salarié de la société d'État n'ait pas commis d'erreurs est d'un illogisme criant alors que nous sommes en proie à une pénurie de main-d'œuvre historique qui dure depuis maintenant depuis plusieurs années. La même frustration se vit chez les microbrasseries du Québec qui doivent apposer le timbre à la main sur chacune de leurs bouteilles destinées à un restaurant ou à un bar. À l'échelle de la production, on ne peut humainement éviter que des erreurs de timbrage surviennent sporadiquement. Ces impairs obligent le restaurateur et le microbrasseur à se présenter à une audience devant les régisseurs de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) pour indiquer la source de l'erreur et ensuite obtenir un rejet des sanctions. En pleine pénurie de main-d'œuvre, cette situation est simplement absurde. En outre, si les microdistillateurs veulent aussi pouvoir vendre leurs productions directement aux restaurants, ils devront également appliquer le timbre sur leurs bouteilles et seront donc frappés par les mêmes problèmes que les microbrasseurs. Or, il est peu probable que ces industries, qui subissent aussi la pénurie de main-d'œuvre, soient enchantées à l'idée de devoir attribuer des employés au timbrage manuel de leurs bouteilles.

Il est également possible que le timbre se décolle avec le temps sur les bouteilles peu utilisées ou simplement mises à vieillir. Le nettoyage récurant des bouteilles afin d'éviter la prolifération des drosophiles (mouches à fruits) peut également endommager les timbres qui sont constitués de papier autocollant qui n'est pas protégé contre l'eau ou l'humidité. Les bouteilles de vin optant pour une esthétique de bouteilles anciennes comme celle du Châteauneuf-du-Pape représentent une autre problématique récurrente découlant du système de timbrage. Effectivement, pour obtenir leurs patines d'apparence vieilles, ces bouteilles sont couvertes d'une sorte de sable fin qui n'adhère pas solidement à la bouteille. Par conséquent, les timbres collés sur ces bouteilles ne tiennent jamais bien longtemps, puisqu'ils sont appliqués sur une surface friable. Cette méthode de contrôle est donc évidemment non optimale puisque son médium est extrêmement faillible. Le pire étant que les restaurateurs doivent continuellement vivre sous la menace de ce fragile morceau de papier qui, s'il vient à défaillir, les forcera à se justifier devant la RACJ et à risquer une amende ou une suspension de permis.

D'ailleurs, à cause de ce système de timbres, il est très difficile pour les restaurateurs de s'approvisionner directement à la succursale la plus proche de leur établissement. Ils doivent faire leurs commandes par Internet, par télécopieur ou par téléphone et celles-ci seront livrées à leur établissement ou à certaines succursales. Il est quasi impossible pour les restaurateurs de simplement aller en succursale (hors des deux SAQ Restauration à Montréal et d'une autre à Québec), pour acheter quelques bouteilles en réponse à un besoin de dernière minute et de se les faire timbrer. En d'autres termes, les bouteilles trouvées sur les tablettes des succursales qui n'offrent pas le service de marquage ne peuvent pas être achetées par un titulaire de permis. Il est aussi impossible de faire transférer ces produits d'une succursale à une autre.

Par conséquent, l'ARQ recommande une abolition rapide et complète du timbre de droit qui représente une nuisance importante pour les restaurateurs comme pour les producteurs d'alcool. Il s'agit d'un mécanisme de contrôle inefficace et archaïque qui doit disparaître.

RECOMMANDATION N° 7

L'ARQ recommande une abolition rapide et complète du timbre de droit qui représente une nuisance importante pour les restaurateurs comme pour les producteurs d'alcool. Il s'agit d'un mécanisme de contrôle inefficace et archaïque qui doit disparaître.

CONCLUSION

L'ARQ soutient depuis longtemps les distilleries, les microbrasseries, et les vignobles québécois, car leurs productions sont une partie intégrante de notre terroir bioalimentaire ainsi qu'une plus-value indéniable pour les restaurateurs. Un nombre toujours croissant de restaurateurs ajoutent sur leurs cartes des alcools régionaux et face à cette demande croissante, nous pensons qu'il est nécessaire d'améliorer le système de distribution actuel, dont les limites sont de plus en plus visibles.

Sur ce dossier, nous pensons que les restaurateurs, les propriétaires de bar, les distillateurs et les vignerons devraient présenter un front uni. L'obtention du droit pour l'ensemble des producteurs d'alcool de vendre et de livrer directement aux établissements titulaires de permis serait un gain important pour toutes nos industries. Des restaurants et des bars pouvant opérer comme des cavistes seraient également avantageux pour les producteurs à qui ils offriraient des débouchés supplémentaires. Finalement, il est évident que l'abolition du timbre de droit simplifierait les opérations de toutes nos industries et nous éviterait d'inutiles contestations juridiques récurrentes.

Pour conclure, l'Association tient à remercier la consultation publique sur la filière des boissons alcooliques du Québec, ainsi que l'ensemble des parties prenantes impliquées dans la production et la distribution des boissons alcoolisées locales, de s'exprimer sur ce sujet.

ANNEXE 1 — SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

RECOMMANDATION N^o 1

L'ARQ recommande que le personnel de l'industrie de la restauration ait accès à des formations abordables, courtes, spécifiques et variées sur les produits alcoolisés québécois.

RECOMMANDATION N^o 2

L'ARQ recommande que ces formations veillent à présenter des boissons alcoolisées québécoises pouvant servir de produit de substitution à des alcools traditionnellement importés.

RECOMMANDATION N^o 3

L'ARQ recommande que les formations en alcools québécois offertes au personnel de la restauration ne soient pas uniquement axées sur le service. Ces dernières devraient inclure des cours d'utilisation de ces alcools régionaux en cuisine.

RECOMMANDATION N° 4

L'ARQ recommande que les distilleries québécoises obtiennent le droit de vendre et de livrer leurs produits directement aux établissements titulaires de permis, de sorte à créer un réseau complémentaire à celui de la société d'État.

RECOMMANDATION N° 5

L'ARQ recommande que l'État québécois permette aux restaurateurs de vendre au détail directement sur place les bouteilles de vin, voire de spiritueux, qu'ils tiennent en stock, comme le font les cavistes en France.

RECOMMANDATION N° 6

L'ARQ recommande une abolition rapide et complète du timbre de droit qui représente une nuisance importante pour les restaurateurs comme pour les producteurs d'alcool. Il s'agit d'un mécanisme de contrôle inefficace et archaïque qui doit disparaître.