



AVRIL 2017

COMMENT LIBÉRALISER LE MARCHÉ DE L'ALCOOL AU QUÉBEC

Par Germain Belzile et Mathieu Bédard

Le gouvernement québécois étudie présentement divers scénarios pour mettre fin au monopole de la SAQ¹. La société d'État a en effet été l'objet de plusieurs critiques au fil des ans, autant en ce qui concerne le prix de ses produits que sa gestion et son efficacité². Une autre critique, moins souvent mentionnée, mais tout de même importante, est le peu d'espace que le monopole public laisse aux petits entrepreneurs. Cette dernière préoccupation devrait guider le gouvernement dans sa réflexion sur la libéralisation du marché de l'alcool.

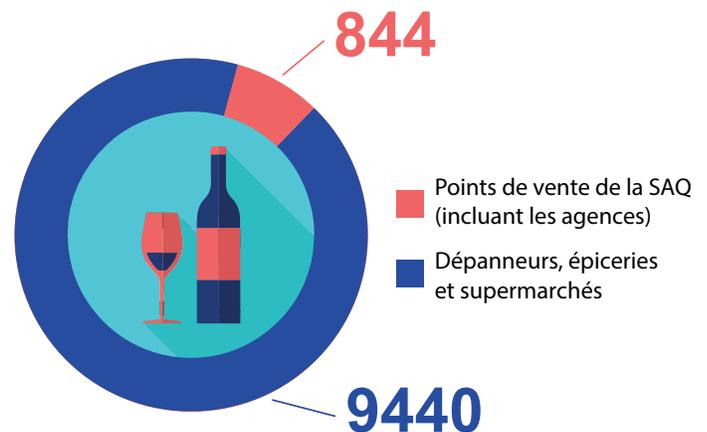
Le premier objectif de toute réforme devrait être d'accroître la concurrence. La théorie économique montre en effet comment l'absence de concurrence entraîne généralement une diminution de la qualité des biens et des services offerts aux consommateurs, puisqu'un monopole n'a pas autant d'incitations à s'améliorer. Dans le domaine du commerce de l'alcool, ce manque de concurrence peut contribuer à réduire l'accès aux produits et le choix disponible, en plus de maintenir des prix élevés pour les consommateurs.

Ailleurs au Canada, certaines réformes ont vu le jour pour libéraliser les marchés de l'alcool, quoique de façon incomplète. En Alberta par exemple, les succursales de la Alberta Liquor Control Board ont toutes été vendues ou fermées au début des années 1990. Les détaillants privés doivent cependant payer une majoration à l'État, qui contrôle toujours le marché de gros³. En Colombie-Britannique, des magasins opérés par l'État cohabitent avec des commerces privés. L'approvisionnement demeure toutefois un monopole public⁴.

En Europe, en revanche, des contextes de marchés libres, où des détaillants importent, distribuent et

Figure 1

Répartition des points de vente d'alcool au Québec



Note : Le nombre de points de vente de la SAQ inclut les succursales (406) et les agences (438).

Sources : SAQ, *Rapport annuel 2016*, p. 6 ; Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, *Bottin statistique de l'alimentation*, édition 2015, p. 34.

vendent des bouteilles en situation de concurrence et sans avoir à passer par l'État, existent dans la plupart des pays. En Belgique par exemple, un pays non producteur de vin, des centaines de cavistes se font concurrence. La diversité de bouteilles est presque le triple d'ici et les prix sont nettement moins élevés⁵.

OUVRIRE LA PORTE AUX PETITS JOUEURS

Au Québec, un premier effort de libéralisation devrait être de permettre à des petits commerçants de vendre librement des vins de toute sorte. Ces cavistes pourraient importer eux-mêmes leurs vins et les vendre en boutique sans avoir à passer par la SAQ ni payer la majoration qui y est associée⁶.

On peut s'attendre à ce que ces nouveaux joueurs évitent de concurrencer la SAQ sur certains produits pour lesquels

elle détient un avantage – grâce à son image de marque ou à la taille de ses surfaces – et se spécialisent au départ dans des produits de niche. On peut aussi présumer que ces petits cavistes tenteront d'obtenir des parts de marchés en vendant à des prix plus bas que la SAQ sur des produits ciblés, ce qui mettra une pression à la baisse sur les prix⁷.

Le consommateur y trouvera son compte, puisqu'au lieu d'avoir un acheteur unique de vin (la SAQ) choisissant ce qui sera vendu partout dans la province, il y aura plusieurs centaines d'acheteurs différents sur le territoire, qui laisseront libre cours à leurs préférences et répondront aux demandes de leurs clients pour de nouveaux produits. Les restaurateurs, également, seront en mesure d'acheter directement des producteurs⁸, ici et à l'étranger, réalisant ainsi des économies qu'ils pourront transmettre aux consommateurs⁹.

L'arrivée de cavistes indépendants dynamisera l'économie locale et créera des emplois, notamment en région, où il existe déjà des producteurs de vins artisanaux et spécialisés.

UNE QUESTION DE CHOIX ET D'ACCÈS

À l'heure actuelle, les dépanneurs et les épicerie ne peuvent vendre que des vins embouteillés au Québec, ce qui réduit grandement le choix de vins offerts aux consommateurs, leur qualité et l'information disponible sur ceux-ci¹⁰. Dans une perspective de libéralisation, l'État devrait autoriser les détaillants en alimentation (dépanneurs, magasins spécialisés, épicerie, supermarchés) à vendre de l'alcool sans restriction, comme le font les épicerie françaises ou américaines, entre autres. L'accès aux produits en sera amélioré, notamment pour les gens habitant en région. Un tel changement sera bénéfique non seulement pour les consommateurs, mais aussi pour ces entreprises, qui pourront offrir un plus grand choix à leurs clients et vendre à des prix plus attractifs.

En plus de bénéficier d'un nombre de points de vente d'alcool passablement plus élevé que les seules succursales de la SAQ (voir Figure 1) et d'heures d'ouverture plus étendues, les consommateurs auront la possibilité d'acheter leur nourriture et leur vin au même endroit, ce qui réduira la quantité de déplacements. Ainsi, la SAQ, en opé-

rant dans un marché avec de tels concurrents, pourra poursuivre son effort de réduction des coûts et éliminer des points de vente moins rentables, sans que cela n'affecte la disponibilité des produits pour les consommateurs.

CONCLUSION

Le monopole de l'État sur la vente d'alcool a été mis en place à l'époque de la prohibition et ne répond plus à aucun objectif rationnel. Il n'est pas à l'avantage des consommateurs, et il empêche l'entrepreneuriat et l'innovation dans ce marché. Il n'est pas plus justifié pour son apport fiscal, puisque le gouvernement a d'autres moyens de percevoir des revenus.

L'État devrait permettre à des commerçants spécialisés et aux épicerie de vendre librement des vins de toute sorte, en concurrence avec la SAQ, qui aurait toute la latitude pour poursuivre ses activités dans le commerce de détail. En plus d'être politiquement réaliste, puisque qu'une large majorité de Québécois sont en faveur¹¹, une telle réforme donnerait une chance à des entrepreneurs québécois de réussir dans ce marché, tout en augmentant le choix de produits disponibles et l'accès à ces produits aux consommateurs.

RÉFÉRENCES

1. Alain Laforest, « Vers une privatisation de la SAQ ? », TVA Nouvelles, 8 mars 2017.
2. Gouvernement du Québec, *Rapport de la Commission de révision permanente des programmes*, juin 2015, p. 34-35.
3. Douglas S. West, « The Privatization of Liquor Retailing in Alberta », Institut Fraser, janvier 2003, p. 24.
4. Depuis janvier 2017, tous les types de commerces, sans restriction, peuvent obtenir un permis de vente d'alcool. Voir British Columbia, BC Gov News, Small Business and Red Tape Reduction, New modern liquor laws come into effect.
5. Voir notamment Frédéric Laurin, *Où sont les vins ? Le problème de la distribution du vin au Québec*, Hurtubise, 2009, p. 78-82.
6. Ce taux de majoration est de 135 % du coût d'achat en moyenne, selon Frédéric Laurin, Yves Mailloux et Paul Daniel Muller, *Monopole Inc. : Pour une ouverture du commerce des vins et spiritueux*, juin 2016, p. 20.
7. Un tel scénario de libéralisation a été mis de l'avant par l'économiste Frédéric Laurin, *op. cit.*, note 5, p. 163-184.
8. Au Québec, les « importations privées » par les restaurateurs sont effectuées par l'entremise de la SAQ. Voir SAQ.com, Restauration, Acheter, Commandes privées.
9. La question à savoir si le prix du vin diminuerait suite à un tel scénario de libéralisation dépasse le cadre de cette étude. D'une part, la logique de la concurrence fait que les prix seraient sûrement plus bas, mais comme nous ne savons pas si le gouvernement imposerait une taxe pour compenser une éventuelle perte de ses revenus, et de combien, il devient hasardeux de prédire où se situerait le nouveau prix d'équilibre du marché. Sur ce dernier point, il importe de souligner que le développement d'une nouvelle industrie du vin au Québec pourrait générer des revenus fiscaux importants pour l'État, tout comme une consommation accrue de vin par les Québécois si les prix venaient à diminuer.
10. L'affichage de l'appellation contrôlée sur l'étiquette n'est permis que pour les produits vendus à la SAQ. Voir Jean-Michel Genois Gagnon, « Vins d'épicerie : la bataille de l'affichage continue », *Le Soleil*, 23 novembre 2016; Pierre Couture, « La SAQ refuse d'approuver les étiquettes de Julia Wine », *Le Journal de Québec*, 27 mars 2017.
11. 71 % des Québécois sont d'accord pour que les commerçants indépendants (restaurateurs, cavistes) puissent importer librement les vins et les vendre directement aux consommateurs, sans passer par la SAQ. Voir Léger, « Importation, vente et achat de vin au Québec », Sondage commandé par l'Institut économique de Montréal, avril 2017.



Ce Point a été préparé par Germain Belzile, chercheur associé senior à l'IEDM, et Mathieu Bédard, économiste à l'IEDM. La *Collection Réglementation de l'IEDM* vise à examiner les conséquences souvent imprévues pour les individus et les entreprises de divers lois et règlements qui s'écartent de leurs objectifs déclarés.

L'Institut économique de Montréal est un organisme de recherche et d'éducation indépendant, non partisan et sans but lucratif. Par ses publications, ses interventions et ses conférences, l'IEDM alimente les débats sur les politiques publiques au Québec et partout au Canada en proposant des réformes créatrices de richesse et fondées sur des mécanismes de marché. Il n'accepte aucun financement gouvernemental.