



MODERNISATION DE LA
RÉGLEMENTATION DE L'INDUSTRIE
DES BOISSONS ALCOOLISÉES DE L'ONTARIO

Rapport sur les constatations

MARS 2014

CAJO

Commission des alcools
et des jeux de l'Ontario



Ontario

Vision de la CAJO

Être un chef de file dans les secteurs des alcools et des jeux grâce à une réglementation et des services efficaces, qui sont équitables, qui répondent aux besoins et qui servent l'intérêt public dans son ensemble.

Mandat de la CAJO

Réglementer les secteurs des alcools et des jeux en respectant les principes d'honnêteté et d'intégrité tout en veillant à l'intérêt public.

Commission des alcools et des jeux de l'Ontario

90, AVENUE SHEPPARD EST, BUREAU 200, TORONTO (ONTARIO) M2N 0A4

Télécopieur : 416 326 8711

Téléphone : 416 326 8700 ou 1 800 522 2876 (numéro sans frais en Ontario)

TABLE DES MATIÈRES

SYNTHÈSE	4
INTRODUCTION	13
DÉLIVRANCE DES PERMIS	16
MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS	22
RÉCLAME D'ALCOOL ET PROMOTIONS	34
OFFRE D'ÉCHANTILLONS	41
AUTRES CONSTATATIONS PORTANT SUR LES FABRICANTS DE VIN, DE BIÈRE ET DE SPIRITUEUX	45
REPRÉSENTANTS DE FABRICANTS	48
SERVICES DE LIVRAISON D'ALCOOL	51
EXPLOITANTS DE CENTRES DE FERMENTATION LIBRE-SERVICE	53
ALLER DE L'AVANT	55
ANNEXE	56

SYNTHÈSE

L'examen

En août 2013, la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO) a entrepris un examen de son approche de la réglementation des fabricants de vin, de bière et de spiritueux ainsi que de leurs représentants, des exploitants de centres de fermentation libre-service et des services de livraison d'alcool. Cet examen porte sur les lois, les politiques et les procédures qui relèvent du mandat de réglementation existant de la CAJO, y compris sur la délivrance des permis, les magasins de détail des fabricants, les activités de réclame et de promotion ainsi que l'offre d'échantillons.

L'industrie des boissons alcoolisées de l'Ontario traverse une période d'accroissement considérable et de grande diversification. Parallèlement, l'Ontario demeure la province qui a adopté les politiques les plus efficaces au pays concernant la réduction des coûts de santé et sociaux négatifs liés à l'alcool. L'examen offre l'occasion de moderniser notre approche de la réglementation de façon à appuyer de nouveaux investissements et l'innovation, à protéger efficacement l'intérêt public et à s'adapter aux réalités économiques et sociales en constante évolution.

Au cours des derniers mois, la CAJO a mené un vaste projet de collaboration avec des intervenants de l'industrie, d'organismes de santé publique et de responsabilité sociale ainsi que d'autres ministères et organismes gouvernementaux. Au cours de la première étape de la période de consultation, 32 présentations écrites ont été reçues en réponse au document de consultation de la CAJO. À la deuxième étape, qui s'est échelonnée sur une période de deux mois, neuf tables rondes et plusieurs réunions individualisées ont été tenues, auxquelles 95 personnes des secteurs public, privé et sans but lucratif ont participé.

Le présent rapport offre au public ainsi qu'aux intervenants et aux partenaires de la CAJO un aperçu complet des enjeux soulevés et des propositions faites pendant les deux étapes de la période de consultation. La CAJO étudiera les constatations pour relever les secteurs pour lesquels la Commission est prête à aller de l'avant et à entreprendre des réformes. Divers groupes de travail d'intervenants seront formés pour étudier les enjeux sur le plan de l'intérêt public et de la mise en œuvre de réformes.

Ce que nous avons entendu relativement à la délivrance des permis

Simplification et rationalisation des permis ainsi que délivrance des permis en fonction des risques

De nombreux représentants de l'industrie ont appuyé la simplification et la rationalisation des règles et des processus de la CAJO, y compris une utilisation accrue de la technologie. La majorité des participants ont recommandé la création d'un instrument de délivrance de permis unique, comprenant un formulaire de demande, des frais et une période de renouvellement uniques.

De plus, les participants s'entendaient pour dire que la délivrance des permis « en fonction des risques »

constituait une méthode efficace et rentable, pourvu que les nouveaux demandeurs demeurent soumis à un processus initial rigoureux en vue d'obtenir un permis. La simplification du processus de renouvellement pour les titulaires de permis à faible risque a reçu un appui important de la part des participants de l'industrie.

Nouvelles classes de permis

La CAJO a reçu des demandes portant précisément sur la création de nouvelles classes de permis pour les cidreries et les distilleries artisanales ontariennes. Les représentants de l'industrie du cidre ont souligné que les règles régissant les établissements vinicoles, qui s'appliquent actuellement aussi aux cidreries, ne tiennent pas compte de leurs besoins uniques et ne soutiennent pas efficacement la croissance dans ce secteur en émergence. Les distilleries artisanales ont demandé un permis qui serait axé exclusivement sur les petits producteurs de spiritueux qui mènent la totalité de leurs activités de distillation sur leurs lieux de production et qui utilisent seulement des matières premières locales.

Permis de fabricants « supplémentaires »

Ces dernières années, un nombre croissant de fabricants de boissons alcoolisées cherchent à étendre et à diversifier leurs activités en se lançant dans de nouveaux secteurs de fabrication. Par exemple, certains établissements vinicoles de l'Ontario ont entrepris des opérations de distillation, et bon nombre de fabricants de bière ont commencé à fabriquer des produits cidricoles. Les règles de délivrance de permis actuelles de la CAJO rendraient difficile et coûteuse l'obtention d'un deuxième permis de fabricant. Il a été recommandé à la CAJO de créer un permis « supplémentaire » qui serait fondé sur le permis existant des fabricants et réduirait les coûts associés à la croissance et à la diversification de leurs activités.

Commentaires des organismes de santé publique et de responsabilité sociale sur la délivrance des permis

Les participants provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale reconnaissent la nécessité d'éliminer les obstacles à la création d'emplois et à la croissance économique, en insistant toutefois sur l'importance de la sécurité publique et de la réduction des dommages et des risques causés par l'alcool. La délivrance des permis en fonction des risques a été désignée comme un outil réglementaire efficace, mais il a été souligné que la CAJO devait continuer à surveiller tous les titulaires de permis, même ceux qui présentent un faible risque.

Ce que nous avons entendu relativement aux magasins de détail des fabricants

Magasins de détail sur les lieux d'une brasserie

Les fabricants de bière ont fait une série de recommandations à la CAJO concernant la révision des règles liées aux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie. L'objectif est de favoriser les nouveaux

investissements dans les immobilisations, la création d'emplois et l'augmentation du tourisme pour le secteur de fabrication de la bière, en pleine croissance de l'Ontario. Parmi les propositions, citons les suivantes :

- la modification des règles qui, à l'heure actuelle, permettent seulement aux brasseries qui produisent plus de 25000 hectolitres de bière par année d'exploiter un deuxième magasin sur les lieux de leur brasserie;
- l'harmonisation des exigences de production sur les lieux afin qu'au maximum la moitié de la bière vendue dans les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie soit produite dans un lieu de production différent, peu importe le volume de production annuelle des fabricants;
- l'autorisation de la vente croisée, c'est-à-dire la vente de bière d'autres fabricants par les brasseries dans leurs magasins de détail sur les lieux;
- la modification de la règle selon laquelle toute bière vendue dans un magasin de détail sur les lieux de production doit être « fabriquée en Ontario », afin de permettre la vente de bière fabriquée par d'autres fabricants canadiens.

Magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles

Les discussions avec les fabricants de vin ont surtout porté sur les modifications réglementaires possibles qui, de l'avis des participants, créeraient des occasions d'investissement et permettraient de s'adapter à la croissance et au développement considérables de l'industrie vinicole en Ontario ces dernières années. Parmi les réformes proposées, citons les suivantes :

- la modification de la règle obligeant les établissements vinicoles situés dans les régions vinicoles moins établies (c'est-à-dire à l'extérieur de la péninsule du Niagara, de la rive nord du lac Érié et du comté du Prince-Édouard) à produire la moitié de leurs vins à l'aide de raisins cultivés dans leur comté, leur région ou leur district;
- l'instauration des mêmes règles pour tous en abolissant la règle interdisant aux établissements vinicoles qui produisent du vin de coupage (c'est-à-dire un assemblage de vins canadiens et importés) d'exploiter un magasin de détail sur les lieux de leur établissement vinicole;
- l'autorisation pour les fabricants de vin de vendre tous leurs produits, y compris les vins produits dans un établissement récemment acquis, à chacun de leurs magasins de détail sur les lieux.

Magasins de détail sur les lieux des distilleries

Les discussions avec les fabricants de spiritueux portaient essentiellement sur la modification des politiques dans le but d'appuyer le secteur en émergence des distilleries artisanales et de favoriser la croissance. Les modifications possibles suivantes ont été largement débattues, mais les avis à leur égard diffèrent encore passablement :

- la diminution du seuil de capacité des appareils de distillation discontinuée sous la norme actuelle des 5 000 litres visée par le permis afin d'éliminer cet obstacle à l'entrée pour les nouvelles distilleries artisanales;
- la révision de la règle qui exige que la moitié des produits vendus dans un magasin de détail sur

les lieux des distilleries aient été fabriqués sur les lieux de production;

- la permission pour les producteurs de spiritueux qui ne procèdent pas à la distillation de spiritueux d'exploiter un magasin de détail sur les lieux des distilleries.

Autorisation de magasins de détail sur les lieux « portables »

Plusieurs participants à la consultation, en particulier des représentants de l'industrie vinicole et certains brasseurs, ont proposé l'introduction d'un élément de « portabilité » limitée dans les autorisations de magasin de détail sur les lieux. Plus précisément, il a été suggéré à la CAJO de faire comme d'autres administrations et d'autoriser les fabricants à vendre leurs produits dans les marchés fermiers, les expositions commerciales et les festivals locaux. Un groupe de participants s'est opposé à cette recommandation en raison des obligations en matière de commerce international.

Vente d'« articles connexes » dans les magasins de détail sur les lieux

La CAJO est chargée de déterminer les genres de marchandises autres que de l'alcool (soit les « articles connexes ») qui peuvent être vendus dans les magasins de détail sur les lieux. À l'heure actuelle, les articles autorisés sont restreints à certains genres de marchandises, comme les produits de marque, les accessoires liés à l'alcool et les chèques-cadeaux.

S'ils s'entendaient pour dire que la liste des articles connexes approuvés devait être mise à jour, les participants n'étaient cependant absolument pas d'accord sur les modifications précises à apporter. Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- la mise à jour de la liste d'articles connexes pour favoriser l'expérience culturelle, historique et culinaire globale des visiteurs des brasseries, des établissements vinicoles et des distilleries de l'Ontario;
- le remplacement de la liste actuelle d'articles connexes « approuvés » par une liste d'articles connexes « interdits », qui met l'accent sur les questions de responsabilité sociale et de santé publique;
- le contingentement des ventes d'articles connexes pour veiller à ce que les magasins sur les lieux ne détournent pas la clientèle d'autres détaillants.

Magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles - Heures d'ouverture et délocalisation des magasins

Certains établissements vinicoles ontariens sont autorisés à exploiter des magasins de détail à l'extérieur de leurs installations de production. Ces magasins sont soumis à des exigences plus strictes en matière d'heures d'ouverture et de jours fériés ainsi que de délocalisation. Il a été recommandé pendant la période de consultation que les règles régissant les heures d'ouverture et les jours fériés des magasins à l'extérieur des établissements vinicoles soient les mêmes que celles des magasins sur les lieux, et qu'une plus grande latitude soit accordée à l'égard de la délocalisation

SYNTHÈSE

pour faire face aux retards de planification ou de construction.

Délocalisation des magasins The Beer Store

La CAJO est chargée d'approuver l'ouverture de nouveaux magasins The Beer Store ainsi que leur emplacement. D'après les grands fabricants de bière, la méthode de la CAJO à cet égard devrait être simplifiée pour passer du processus d'approbation actuel à deux étapes à un processus rationalisé à une étape.

Commentaires des organismes de santé publique et de responsabilité sociale sur les enjeux liés aux magasins de détail

Les organismes de santé publique et de responsabilité sociale se sont dits grandement préoccupés par l'horaire, l'emplacement et la densité des points de vente au détail d'alcool en Ontario, notamment ceux qui ne sont pas exploités par la LCBO. Des études montreraient une corrélation directe entre le nombre de points de vente au détail et les dommages liés à l'alcool. Parmi les recommandations formulées, citons les suivantes :

- la limite de l'expansion des magasins de détail des fabricants, par exemple par l'établissement de limites en fonction de la taille de la population ou par l'instauration d'un moratoire sur l'ouverture de nouveaux magasins;
- l'adoption obligatoire par les fabricants de pratiques exemplaires homogènes visant à prévenir la vente d'alcool aux mineurs;
- l'apposition obligatoire dans les magasins d'affiches rappelant aux clients de composer le 911 s'ils aperçoivent un conducteur en état d'ébriété.

Ce que nous avons entendu relativement à la réclame d'alcool et aux promotions

Contenu des réclames d'alcool

Les représentants de l'industrie s'entendent pour dire que la CAJO doit continuer de fixer des limites quant au contenu des réclames d'alcool. Par ailleurs, il a été recommandé que la CAJO clarifie davantage les règles à certains égards et apporte certaines modifications pour rendre compte des normes sociétales actuelles. Parmi les suggestions formulées, citons les suivantes :

- la clarification des règles concernant l'utilisation de « personnalités connues » dans les annonces publicitaires d'alcool;
- la révision des restrictions liées à l'utilisation de véhicules automobiles en mouvement si le véhicule n'est qu'un accessoire de l'annonce publicitaire;
- l'autorisation de l'affichage de bouteilles, de canettes ou de verres d'alcool sur les véhicules d'entreprise;

- la publication des décisions et des interprétations de la CAJO afin d'accroître sa transparence et d'offrir une plus grande clarté aux titulaires de permis.

Incitatifs des fabricants

Les représentants de l'industrie ont tenu à rappeler à la CAJO que les incitatifs des fabricants sont monnaie courante dans l'industrie, voire une exigence de base de nombreux membres de l'industrie du tourisme réceptif. Les participants sont d'accord pour dire que la CAJO doit adopter une approche plus sûre et mieux définie, mais peu s'entendent sur la nature précise de cette approche.

La majorité des participants étaient d'avis qu'une certaine forme d'interdiction devait subsister pour prévenir la concurrence déloyale, en particulier pour les petites ou nouvelles entreprises, mais qu'il fallait apporter des précisions et que la CAJO devait appliquer des mesures de contrôle plus rigoureuses. D'autres ont proposé d'abolir l'interdiction visant les incitatifs, s'appuyant sur le fait que les règles les régissant sont difficiles à mettre en œuvre et que les incitatifs sont des activités légitimes dans le milieu des affaires d'aujourd'hui.

Cadeaux promotionnels des fabricants

En règle générale, les participants étaient en faveur des limites actuelles quant à la valeur permise des cadeaux promotionnels qu'un fabricant peut offrir à ses clients à l'achat d'un produit de bière, de vin ou de spiritueux. Plusieurs ont néanmoins mis en lumière des possibilités de réforme. Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- l'autorisation de l'offre de cadeaux promotionnels numériques par des sites Web, des codes QR, etc.;
- une transparence accrue quant à la méthode utilisée par le CAJO pour calculer la valeur des cadeaux promotionnels.

Préapprobation des exploitants de centres de fermentation libre-service et des services de livraison d'alcool relativement à la réclame d'alcool

À l'heure actuelle, la loi exige que toutes les annonces publicitaires des exploitants de centres de fermentation libre-service et des services de livraison d'alcool soient préalablement approuvées par la CAJO. D'après les représentants de ces secteurs, ce processus de préapprobation a été établi il y a plus de 10 ans à un moment où ces secteurs n'étaient pas arrivés à maturité et doit maintenant être éliminé.

Commentaires des organismes de santé publique et de responsabilité sociale sur la réclame d'alcool et les promotions

Des participants provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale ont souligné à la CAJO que les activités de réclame d'alcool en Ontario étaient de plus en plus complexes et axées sur les technologies et qu'elles visaient à banaliser la consommation d'alcool (notamment à l'associer à des habitudes de vie positives, surtout auprès des jeunes). Les participants ont cité des travaux de recherche

SYNTHÈSE

établissant un lien de causalité entre la réclame d'alcool et les dommages causés par celui-ci, y compris l'augmentation de la consommation d'alcool chez les jeunes. Parmi les recommandations formulées, citons les suivantes :

- le rétablissement des règles imposant la préapprobation par la CAJO de toutes les annonces publicitaires des fabricants;
- l'adoption de mesures de contrôle plus audacieuses, notamment la hausse des amendes à l'endroit des contrevenants et la diffusion publique des infractions;
- la mise à jour des règles pour tenir compte des nouveaux risques liés aux technologies, comme le marketing sur les médias sociaux par les fabricants de boissons alcoolisées.

Ce que nous avons entendu relativement à l'offre d'échantillons

Les participants de la consultation provenant de l'industrie des boissons alcoolisées ont souligné que le dernier examen global des politiques de la CAJO à l'égard des échantillons avait eu lieu plusieurs années auparavant. Les règles seraient désuètes et trop normatives et feraient obstacle à la poursuite d'occasions de promotion novatrices. La CAJO a reçu certaines recommandations visant à rendre l'offre d'échantillons rentable, souple et moderne pour les entreprises, notamment :

- l'autorisation des bons numériques remis aux clients par les fabricants, notamment sur un téléphone intelligent, de façon responsable sur le plan social;
- la réduction du coût de l'offre d'échantillons aux établissements pourvus d'un permis pour les fabricants, en n'exigeant plus que les échantillons soient achetés au prix à la carte;
- l'autorisation de donnée aux représentants des fabricants d'offrir des échantillons aux établissements pourvus d'un permis.

Commentaires des organismes de santé publique et de responsabilité sociale sur l'offre d'échantillons

Les participants provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale se sont dits grandement préoccupés par toute mesure qui augmenterait les occasions d'offrir des échantillons pour les fabricants de bière, de vin ou de spiritueux. La plupart sont d'avis que la CAJO devrait prendre des mesures pour restreindre considérablement l'offre d'échantillons par :

- l'interdiction de la distribution d'échantillons « ouverts » gratuits dans des établissements pourvus d'un permis, des magasins de détail et à des événements promotionnels, des expositions commerciales, des festivals, etc.;
- la définition de la taille maximale des échantillons et d'un plafond quant au nombre d'échantillons pouvant être offerts à une personne.

Ce que nous avons entendu relativement à d'autres enjeux

Sous-traitance

De nos jours, en Ontario, un nombre croissant de marques locales de bière, de vin et de spiritueux sont introduites sur le marché par des entreprises qui ne possèdent ni n'exploitent leurs propres installations de fabrication classiques. Ces entreprises, appelées « donneurs d'ordre », utilisent plutôt les installations de production, l'équipement et, dans certaines circonstances, la main-d'œuvre d'un fabricant bien établi pour produire leurs produits.

Les participants étaient d'accord pour dire que la CAJO devait établir des règles distinctes en matière de permis pour les donneurs d'ordre, mais les opinions quant à la teneur de ces règles divergeaient considérablement. Certains étaient d'avis que la CAJO devrait limiter la délivrance de permis aux fabricants qui possèdent ou exploitent leurs propres installations. D'autres ont proposé la création d'un permis distinct pour les donneurs d'ordre, qui imposerait des conditions différentes à ces entreprises, notamment une plus grande transparence sur les étiquettes des produits.

Représentants de fabricants

La CAJO a reçu plusieurs recommandations de la part de représentants de fabricants qui visaient à trouver des façons de donner plus de latitude à ces entreprises et de réduire leur fardeau administratif tout en maintenant les contrôles réglementaires centrés sur la santé publique et la responsabilité sociale. Parmi les réformes recommandées, citons les suivantes :

- la modification de la limite de 180 litres de « produit en main »;
- l'autorisation de la vente à des titulaires de permis selon des modalités de paiement prolongées;
- le pouvoir d'exiger des frais de livraison aux clients par les représentants de fabricants.

Services de livraison d'alcool

Les consultations de la CAJO auprès des représentants de l'industrie des services de livraison d'alcool ont surtout porté sur les propositions visant à améliorer le service à la clientèle et à simplifier les dispositions réglementaires, tout en veillant à ce que les services de livraison d'alcool soient exploités de façon sécuritaire et responsable sur le plan social. Parmi les modifications proposées, citons les suivantes :

- l'autorisation de la livraison à des entreprises (pour les fêtes de bureau et d'autres événements d'entreprise) ainsi qu'à des établissements pourvus d'un permis;
- la précision des règles concernant les « commandes préalables » et la « livraison le jour même »;
- l'autorisation de la conclusion d'ententes sur la distribution d'articles promotionnels de fabricants par des services de livraison d'alcool

Exploitants de centres de fermentation libre-service

Les participants à la consultation provenant de l'industrie de la fermentation libre-service ont indiqué à la CAJO que le cadre de réglementation actuel érigeait des obstacles inutiles à l'expansion des entreprises et contribuait à perpétuer des pratiques commerciales archaïques. S'ils reconnaissaient la nécessité de maintenir une distinction claire entre les rôles respectifs des « clients » et des « exploitants », les représentants de l'industrie ont également mentionné qu'un ensemble de réformes ponctuelles pourrait contribuer à l'ouverture de débouchés pour leurs entreprises. Parmi les recommandations formulées, citons les suivantes :

- l'autorisation du déplacement par les exploitants des bonbonnes utilisées vers un autre emplacement, en présence d'un inspecteur de la CAJO;
- l'autorisation du service de bière et de vin produits à des centres de fermentation libre-service par les titulaires de permis de circonstance;
- l'autorisation du partage des lots entre clients et de la désignation d'un remplaçant par un client pour terminer le processus de production dans certaines circonstances.

Modernisation de la réglementation du secteur des boissons alcoolisées

Depuis août 2013, la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO) mène un examen complet de son approche de la réglementation des fabricants de vin, de bière et de spiritueux ainsi que de leurs représentants, des exploitants de centres de fermentation libre-service et des services de livraison d'alcool de l'Ontario.

Cet examen est fondé sur un engagement de la CAJO à agir en tant qu'organisme de réglementation moderne et visant la mobilisation des intervenants et des partenaires de l'industrie des boissons alcoolisées, du gouvernement ainsi que des organismes de santé publique et de responsabilité sociale afin de réduire le fardeau administratif des entreprises, d'éliminer les obstacles à la création d'emplois et à la croissance économique et d'assurer la vente et la consommation responsables de boissons alcoolisées.

La surveillance de l'industrie des boissons alcoolisées de l'Ontario est une responsabilité partagée entre plusieurs ministères et organismes ministériels, y compris la CAJO. Cet examen vise principalement les lois, les politiques et les procédures qui relèvent du mandat de réglementation existant de la CAJO, y compris les responsabilités suivantes : la délivrance et le renouvellement de permis, l'établissement de règles liées à l'autorisation et à l'exploitation des magasins de détail des fabricants et la surveillance des activités de réclame et promotionnelles ainsi que de l'offre d'échantillons des fabricants et autres titulaires de permis.

Protection de l'intérêt public

Cet examen a été lancé à un moment important pour le secteur des boissons alcoolisées de l'Ontario. Les dix dernières années ont été marquées par l'important accroissement et la grande diversification de l'industrie, reflétés notamment par une nette augmentation du nombre d'établissements vinicoles et de brasseries dans la province ainsi que par l'ouverture de nouvelles distilleries ontariennes, une première depuis de nombreuses années.

Au même moment, la province continue d'exercer son leadership dans l'établissement de lois et de politiques efficaces visant à réduire les dommages liés à l'alcool. L'année dernière, le Centre de toxicomanie et de santé mentale a publié une étude nationale selon laquelle l'Ontario a adopté les politiques les plus efficaces au pays visant la réduction des coûts de santé et sociaux négatifs liés à l'alcool.

À l'avenir, la CAJO veut s'assurer que son approche de la réglementation demeure moderne, efficace et adaptée aux réalités économiques et sociales en constante évolution. Dans le but d'atteindre cet objectif, la CAJO travaillera sans cesse à bâtir des collectivités ontariennes sécuritaires où il fait bon vivre et à renforcer le milieu des affaires de la province à l'appui de nouveaux investissements et de l'innovation, tout en respectant ses engagements en matière de commerce international.

INTRODUCTION

Ce projet offre l'occasion de mettre en œuvre une série de réformes qui répondront à notre objectif d'augmenter la compétitivité des entreprises ontariennes tout en prenant de nouvelles mesures visant à réduire les dommages liés à l'alcool.

Travailler avec vous

Au cours des derniers mois, la CAJO a travaillé avec vous, intervenants et partenaires, tout au long d'une intense période de collaboration afin de discuter des tendances et des enjeux actuels dans le secteur des boissons alcoolisées et d'explorer les solutions et les réformes potentielles liées aux lois, aux politiques et aux procédures existantes qui relèvent du mandat de la CAJO.

La période de consultation du projet était divisée en deux étapes distinctes :

- **Étape 1 - Présentations écrites** : En août 2013, la CAJO a publié un document de consultation qui a été affiché sur son site Web public et distribué directement à 53 représentants de l'industrie, à des ministères et des organismes gouvernementaux ainsi qu'à des organismes de santé publique et de responsabilité sociale, entre autres. En tout, 32 présentations écrites ont été reçues en réponse au document de consultation, contenant toutes des observations, de l'information et des recommandations pertinentes liées à la réforme.
- **Étape 2 - Tables rondes** : Pendant sept semaines, soit de novembre à décembre 2013, la CAJO a tenu une série de neuf tables rondes avec divers groupes d'intervenants afin d'examiner davantage les principaux défis et d'envisager des solutions potentielles.
 - » Table ronde n° 1 : exploitants de centres de fermentation libre-service (4 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 2 : Fabricants de cidre (12 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 3 : Fabricants de spiritueux (22 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 4 : Fabricants de bière (25 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 5 : Fabricants de vin (27 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 6 : Représentants des fabricants (29 novembre 2013)
 - » Table ronde n° 7 : Organismes de responsabilité sociale et de santé publique (9 décembre 2013)
 - » Table ronde n° 8 : Ministères et organismes gouvernementaux (17 décembre 2013)
 - » Table ronde n° 9 : Services de livraison d'alcool (19 décembre 2013)

Chaque table ronde réunissait de 5 à 30 personnes, pour un total de 95 participants. Sam Goodwin de Goodwin Consulting Services Inc. , a animé plusieurs tables rondes. En janvier 2014, la CAJO a aussi tenu des réunions individualisées avec les intervenants qui n'ont pas pu participer aux tables rondes. Au total, plus de 25 heures de consultations individualisées ont été menées.

(Une liste complète des organismes ayant préparé une présentation écrite ou ayant participé aux tables rondes est fournie à la fin du présent rapport.)

À propos du présent rapport

Le présent rapport sur les constatations a été préparé pour offrir au public ainsi qu'aux intervenants et aux partenaires de la CAJO un aperçu complet des enjeux et des solutions soulevés pendant les deux étapes de la période de consultation.

Les idées et les propositions dans le rapport éclaireront la CAJO dans la mise en œuvre de réformes précises. Comme décrit dans la conclusion du rapport, la CAJO continuera de travailler avec ses intervenants et ses partenaires tout au long de cette initiative.

Bien que le présent rapport cherche à définir les consensus et les désaccords entre les participants de la consultation, il n'attribue pas les commentaires et les opinions rapportés à des personnes ou à des organismes précis. De plus, les constatations énoncées dans le rapport ne représentent pas nécessairement les points de vue de la CAJO ou du gouvernement de l'Ontario.

Veillez noter que même si la publication du présent rapport sur les constatations a mis un terme officiel à la période de consultation, la CAJO souhaite recevoir vos suggestions et vos commentaires. Veuillez les envoyer par courriel à consultation@agco.ca.

DÉLIVRANCE DES PERMIS

Rationalisation et simplification des permis de fabricants

Les enjeux

Les fabricants ontariens de vin, de bière et de spiritueux doivent obtenir un « permis de fabricant » auprès de la CAJO pour vendre leurs produits à la Régie des alcools de l'Ontario (RAO), qui les vendra ou les distribuera au public. Une fois le permis obtenu, le fabricant devient admissible à un certain nombre de permis et d'autorisations supplémentaires lui permettant de faire fonctionner différentes parties de son entreprise, y compris une autorisation de magasin de détail sur les lieux, un permis de vente d'alcool « point de vente » et un permis restreint de vente d'alcool par un fabricant « au verre ».

Actuellement, différents formulaires, règles, périodes de renouvellement, exigences et frais sont associés à chaque autorisation ou permis délivré par la CAJO à un fabricant. Ces responsabilités administratives peuvent être source de grandes difficultés financières et opérationnelles pour les fabricants et la CAJO. En d'autres termes, le temps, l'expertise et les ressources limités des entreprises et du gouvernement peuvent être alloués à un système d'approbation trop complexe ou répétitif.

Ce que nous avons entendu

La majorité des participants de la consultation s'entendent pour dire que la CAJO doit prendre des mesures afin de simplifier et de rationaliser les procédures et les processus administratifs liés aux permis des fabricants et aux autorisations connexes.

Un représentant de l'industrie a souligné que l'approche actuelle de la délivrance des permis était bien intentionnée, mais qu'elle était devenue compliquée et frustrante. Le même représentant a remis en question la nécessité des permis et des autorisations multiples lorsque les activités réglementées font partie du même modèle de gestion.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Regroupement des permis et des autorisations.** La majorité des fabricants ont recommandé le regroupement des autorisations et des permis actuels en un seul instrument (y compris, entre autres, un formulaire de demande, des frais et une période de renouvellement uniques). D'autres croient que les permis de fabricants doivent demeurer distincts et que, par conséquent, les permis et les autorisations doivent être regroupés en deux instruments, soit un « permis de fabricant » qui porte seulement sur la production et un « permis d'accueil » qui englobe l'autorisation de magasin de détail, le permis de vente d'alcool « point de vente » et le permis restreint de vente d'alcool par un fabricant « au verre ».
- **Synchronisation et prolongation des périodes de renouvellement.** Beaucoup de participants ont appuyé la synchronisation des périodes de renouvellement par la CAJO, afin que les renouvellements de permis et d'autorisations aient lieu en même temps et puissent être obtenus au moyen d'un processus unique. De plus, la prolongation des périodes de

renouvellement actuelles a été demandée. Par exemple, certains fabricants de vin souhaitent que la durée des permis de fabricants passe de 2 à 3 ans, voire à 4 ans, alors qu'un certain nombre de fabricants de bière ont demandé que la durée de leur permis, qui est actuellement de 1 an, soit prolongée.

- **Automatisation accrue de l'administration des permis.** Plusieurs participants ont demandé à la CAJO d'utiliser davantage la technologie afin de simplifier les processus de demande, de renouvellement et de paiement des divers permis et autorisations. Plus précisément, il a été recommandé que la CAJO : (i) mette sur pied un processus en ligne de demande, de renouvellement et de paiement; (ii) envoie des avis par courriel aux titulaires de permis avant l'expiration du permis ou de l'autorisation; (iii) offre un accès en ligne protégé aux profils des titulaires de permis.

Délivrance des permis en fonction des risques

Les enjeux

Chaque entreprise qui fait une demande de permis de fabricant (ou de renouvellement de permis) auprès de la CAJO passe par le même processus de délivrance des permis, peu importe son « profil de risques ». Plus précisément, chaque demandeur doit soumettre la même quantité d'information, subir les mêmes évaluations d'admissibilité et allouer la même quantité de ressources et le même temps à l'obtention d'un permis.

Cette approche diffère du régime de délivrance de permis en fonction des risques qui s'applique actuellement aux titulaires de permis de vente d'alcool (c'est-à-dire les bars, les boîtes de nuit, les restaurants, etc.). Conformément à ce régime, la CAJO évalue les demandes de permis et de renouvellements en tenant surtout compte des risques potentiels que pose un demandeur pour l'intérêt du public. Les demandeurs qui présentent un risque plus élevé, comme ceux ayant des antécédents de non conformité, sont soumis à des examens de demande de permis plus rigoureux, contrairement aux demandeurs à plus faible risque, pour qui le processus est généralement plus rapide et moins coûteux.

À ce jour, la méthode de délivrance des permis en fonction des risques de la CAJO a réduit le fardeau administratif des demandeurs à faible risque, tout en garantissant qu'une attention accrue est portée aux enjeux de responsabilité sociale et de sécurité publique. Elle a permis à la CAJO et aux titulaires de permis d'allouer leurs ressources de façon plus efficace, là où elles ont le plus de répercussions.

Ce que nous avons entendu

De nombreux producteurs de vin, de bière et de spiritueux se sont entendus sur le fait que le processus d'obtention de permis pour les fabricants devait comprendre des outils de gestion des risques. Un représentant de l'industrie a affirmé qu'un modèle axé sur les risques serait beaucoup plus efficace et favoriserait de bonnes pratiques commerciales chez les titulaires de permis.

DÉLIVRANCE DES PERMIS

Les fabricants croient que les exigences actuelles de renouvellement des permis constituent un lourd fardeau, du moins pour les titulaires qui ont toujours fait preuve de conformité exemplaire. Il a été suggéré que les titulaires de permis n'aient pas toujours à remplir de longs formulaires et à fournir des renseignements professionnels et personnels détaillés dans le cadre de leur demande de renouvellement, surtout si les renseignements requis sont les mêmes que pour la demande de permis ou de renouvellement précédente.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Introduction d'un processus de demande de permis de fabricant axé sur les risques.** Les participants sont conscients que le cadre légal limite la capacité de la CAJO à mettre en œuvre la délivrance des permis en fonction des risques, mais ils croient qu'elle doit tout de même adopter cette méthode dans la mesure du possible. Cependant, plusieurs intervenants ont souligné que la CAJO soumettait les fabricants de boissons alcoolisées sans expérience dans l'industrie à un processus rigoureux de délivrance des permis, en portant une attention particulière aux antécédents professionnels, financiers et légaux du demandeur.
- **Simplification du processus de renouvellement des permis des titulaires à faible risque.** Les intervenants de l'industrie ont recommandé à la CAJO de simplifier le processus de renouvellement des permis pour les titulaires qui se sont avérés à faible risque. Plus précisément, ils suggèrent que les titulaires à faible risque n'aient plus à remplir ni à présenter de formulaires de demande et de renseignements personnels détaillés concernant les propriétaires, les dirigeants et les directeurs, les principaux actionnaires ainsi que les partenaires pour obtenir un renouvellement. Ils croient plutôt qu'une garantie écrite est suffisante si aucun changement n'a été apporté à l'entreprise ou au dossier de conformité du titulaire.

Nouvelles classes de permis

Les enjeux

La CAJO délivre des permis distincts aux fabricants de boissons alcoolisées selon ce qu'ils produisent, c'est-à-dire du vin, de la bière ou des spiritueux. Chaque genre de permis contient différentes règles et responsabilités légales concernant, notamment, l'exploitation de magasins de détail sur les lieux, la vente d'alcool par un fabricant « au verre » et les périodes de renouvellement.

Par exemple, la CAJO formule des exigences de production minimales que les fabricants doivent respecter s'ils souhaitent établir un magasin de détail sur leurs lieux de production. Ces exigences de production varient selon ce que produit le fabricant (vin, bière ou spiritueux).

Contrairement à d'autres provinces, l'Ontario utilise une méthode de délivrance des permis aux fabricants de boissons alcoolisées qui ne fait pas de distinction entre les petits et les grands fabricants. Notamment, la CAJO ne délivre pas de permis distinct aux fabricants artisanaux.

En outre, l'Ontario n'offre aucun genre de permis de fabricant distinct pour les types d'alcool autres que

le vin, la bière et les spiritueux. Plus précisément, le cidre est défini comme étant un vin aux termes des lois de l'Ontario, ce qui veut dire que les cidreries ontariennes sont titulaires du même permis que les fabricants de vin et donc soumises aux mêmes règles que les établissements vinicoles (raisins et autres fruits) de la province.

Ce que nous avons entendu

Les représentants de l'industrie s'entendaient pour dire que la classification existante des permis de fabricants demeure appropriée. Ils ont mis l'accent sur le fait que les distinctions étaient suffisantes entre la production de vin, de bière et de spiritueux pour maintenir les différents régimes de délivrance des permis. Un représentant a mentionné ce qui suit : « Bien que les différentes industries fassent partie du secteur de boissons alcoolisées, elles sont uniques à bien des égards. Ce caractère unique est reflété dans les approches de réglementation propres à chaque industrie adoptées au fil du temps, y compris les politiques liées aux magasins de détail sur les lieux ».

Deux demandes distinctes ont été faites concernant la création de classes de permis supplémentaires :

- **Créer un permis distinct pour les cidreries.** Au cours des dernières années, de nombreuses cidreries ontariennes ont ouvert leurs portes dans plusieurs régions de la province. La CAJO a tenu une table ronde avec des propriétaires de cidreries, pendant laquelle les participants ont souligné que leur industrie en pleine croissance contribuait de plus en plus aux secteurs agricole, du tourisme et manufacturier de la province. Compte tenu de cet essor de l'industrie provinciale du cidre, ses représentants se sont dits inquiets du fait que les lois de l'Ontario ne faisaient pas de distinction entre le cidre et le vin et que, par conséquent, la CAJO ne délivrait pas de permis de fabrication distinct aux cidreries. On a demandé à la CAJO d'envisager la création d'un permis distinct pour les cidreries et l'établissement de dispositions réglementaires adaptées à l'industrie du cidre, le cas échéant.
- **Créer un permis distinct pour les distilleries artisanales.** De la même façon, de nombreuses distilleries artisanales ontariennes ont ouvert leurs portes au cours des dernières années dans différentes régions de la province. Afin de favoriser la croissance de l'industrie ontarienne de la distillation artisanale et de mieux soutenir le modèle de gestion unique des distillateurs artisanaux, les représentants de l'industrie ont recommandé à la CAJO de créer un permis distinct pour ces derniers. Le permis doit être axé sur les petits producteurs de spiritueux qui, par exemple, mènent la totalité de leurs activités de distillation sur leurs lieux de production en Ontario et qui utilisent seulement des matières premières locales.

Permis de fabricants « supplémentaires »

Les enjeux

Les fabricants de boissons alcoolisées envisagent de plus en plus de nouvelles occasions de répondre aux demandes et aux intérêts en constante évolution des consommateurs, et de nombreuses entreprises cherchent à étendre et à diversifier leurs activités. Au cours des dernières années, par exemple,

DÉLIVRANCE DES PERMIS

bon nombre de fabricants de bière ont commencé à fabriquer des produits cidricoles, et certains établissements vinicoles de l'Ontario ont entrepris des opérations de distillation.

Pour prendre sa place au sein de ces nouveaux secteurs d'activité, un fabricant titulaire d'un permis (comme un permis de fabricant de bière) doit souvent présenter une demande à la CAJO pour obtenir un permis supplémentaire (comme un permis de fabricant de vin). Actuellement, le titulaire du permis de fabricant doit reprendre tout le processus de délivrance de permis pour en obtenir un deuxième, y compris le paiement de tous les droits de permis.

Ce que nous avons entendu

De nombreux représentants de l'industrie ont recommandé à la CAJO de revoir ses politiques pour faciliter l'obtention à moindre coût de permis de fabricant supplémentaires pour les brasseries, les établissements vinicoles et les distilleries. Plusieurs représentants croient que l'exigence actuelle pour les fabricants de reprendre tout le processus de délivrance des permis et de payer la totalité des droits connexes pour une deuxième fois représente un obstacle pour les fabricants qui souhaitent étendre et diversifier leurs activités.

Questions de santé publique, de sécurité et de responsabilité sociale

Pendant la période de consultation, la CAJO a reçu des présentations de nombreux organismes de santé publique et de responsabilité sociale de la province. De plus, une table ronde a eu lieu avec une dizaine d'organismes afin de discuter des enjeux sur le plan de la santé publique, de la sécurité et de la responsabilité sociale.

L'un des thèmes communs abordés est que l'alcool n'est pas une marchandise ordinaire et qu'il doit, par conséquent, être soumis à une importante surveillance réglementaire par la CAJO et d'autres organismes gouvernementaux.

Plusieurs participants ont souligné que la CAJO devait continuer à faire de sa priorité la sécurité publique et la réduction des dommages et des risques causés par l'alcool. Par exemple, un représentant a écrit ce qui suit : « J'aimerais vous féliciter pour les efforts que vous déployez afin d'éliminer les obstacles à la création d'emplois et à la croissance économique en tentant de modifier les politiques et les pratiques. Cependant, je demande à ce que ces changements tiennent compte des répercussions négatives qu'ont l'accessibilité et la consommation d'alcool sur la santé et la sécurité. »

Bien que les principaux domaines d'intérêt des organismes de santé publique et de responsabilité sociale soient les magasins de détail des fabricants, la réclame d'alcool et l'offre d'échantillons connexes, plusieurs suggestions ont été faites à la CAJO concernant des améliorations possibles au domaine de la délivrance de permis.

Plus précisément, un soutien considérable a été offert à l'introduction de principes de délivrance des permis axés sur les risques en ce qui a trait à l'examen des demandes de permis et de renouvellement pour les fabricants et leurs représentants, les services de livraison d'alcool et les exploitants de centres de fermentation libre-service. Selon un des participants, une réglementation axée sur les risques peut être une façon efficace d'améliorer l'efficacité du système et de définir et gérer les risques.

Cependant, un autre organisme a souligné que toute initiative visant à adopter la délivrance de permis axée sur les risques devrait garantir que la CAJO n'ignore pas les titulaires de permis jugés à faible risque. On a plutôt recommandé d'évaluer régulièrement les titulaires de permis selon des facteurs de risque définis.

MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS

Magasins de détail sur les lieux d'une brasserie

Les enjeux

Si une brasserie ontarienne obtient son permis de fabricant auprès de la CAJO, elle devient admissible à une autorisation d'exploiter un magasin de détail sur ses lieux de production. À l'origine, les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie avaient pour objectif d'offrir aux brasseries locales l'occasion de présenter leurs produits aux touristes et aux visiteurs de leurs sites de production et de servir les consommateurs de leur communauté.

Depuis 2001, la CAJO est chargée d'établir des règles qui régissent l'admissibilité et l'exploitation des magasins de détail sur les lieux d'une brasserie. Entre autres, ces règles stipulent que le fabricant de bière ne peut vendre que ses produits dans son magasin de détail sur les lieux de sa brasserie. En outre, tout produit vendu dans les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie doit être fabriqué en Ontario en suivant le processus complet de brassage, soit le trempage, la clarification, l'ébullition, la séparation du houblon, la fermentation et l'emballage.

Les fabricants de bière sont aussi soumis aux exigences d'admissibilité ci-dessous, qui varient selon la taille de leur entreprise :

- Un fabricant de bière ontarien qui produit moins de 25 000 hectolitres de bière par année est admissible à un magasin de détail sur les lieux d'une brasserie, et toute la bière vendue à ce magasin doit être fabriquée au lieu de production où se situe le magasin.
- Un fabricant de bière ontarien qui produit plus de 25 000 hectolitres de bière par année est admissible à deux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie, et la moitié de la bière vendue dans chaque magasin doit être fabriquée au lieu de production où se situent ces magasins.

Ce que nous avons entendu

Les fabricants de bière ont fait une série de recommandations à la CAJO concernant la révision des règles liées aux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie.

Pendant la période de consultation, de nombreux fabricants ont affirmé que les règles actuelles étaient inutilement restrictives et qu'elles nuisaient aux nouveaux investissements et à la croissance. Selon le représentant d'une nouvelle brasserie ontarienne, qui affirmait entre autres que les magasins de détail constituent la façon idéale de présenter des produits en petite quantité de plus en plus diversifiés, les règles actuelles limitent la croissance et les occasions d'embauche pour les petites brasseries en fixant des seuils de production déraisonnables.

Parmi les propositions, citons les suivantes :

- **Élimination ou baisse du seuil de production de 25 000 hectolitres.** Plusieurs participants ont suggéré à la CAJO de prendre des mesures afin de modifier la règle qui permet seulement

aux grands fabricants (c'est-à-dire ceux qui produisent plus de 25 000 hectolitres par année) d'exploiter deux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie. Certains participants ont recommandé l'élimination du seuil, alors que d'autres ont recommandé qu'il soit baissé à un niveau raisonnable. Il a aussi été proposé que les fabricants de bière aient le droit d'exploiter jusqu'à trois magasins de détail sur les lieux d'une brasserie.

- **Harmonisation des exigences de production sur les lieux.** Un certain nombre de petits fabricants de bière ont demandé la modification des règles liées aux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie afin qu'au maximum la moitié de la bière vendue dans les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie soit produite dans un lieu de production différent du fabricant, peu importe son volume de production annuelle. Selon un propriétaire de petite brasserie, ce changement aiderait à éliminer les importants obstacles à la croissance et à la création d'emplois pour les petites microbrasseries qui cherchent à atteindre une taille moyenne.
- **Permission de la vente croisée de bière produite par d'autres fabricants.** ADe nombreux participants ont aussi demandé à la CAJO de modifier la règle selon laquelle les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie peuvent seulement vendre les produits du fabricant. Plus précisément, ils ont recommandé que la vente croisée soit permise afin que les fabricants puissent vendre les produits d'autres fabricants dans leurs magasins de détail sur les lieux d'une brasserie. Un groupe de participants s'est opposé à cette recommandation en raison des obligations en matière de commerce international.
- **Permission de la vente de produits de la bière « fabriqués au Canada » .** Il a été proposé à la CAJO de modifier la règle selon laquelle un fabricant de bière peut seulement vendre à son magasins de détail sur les lieux d'une brasserie des produits qui ont été fabriqués en Ontario, et que les magasins de détail sur les lieux d'une brasserie puissent vendre la bière d'un fabricant qui a été produite n'importe où au Canada. Selon un des représentants, ce changement permettrait aux brasseurs possédant des brasseries dans d'autres provinces et qui expédient actuellement de la bière brassée dans ces brasseries à leur brasserie en Ontario conformément à la politique d'expédition entre usines de la LCBO, de vendre cette bière dans leurs les magasins sur les lieux.

Des représentants de certains fabricants de bière ont exprimé leurs inquiétudes quant à l'extension des droits de vente des brasseries aux magasins de détail sur les lieux d'une brasserie. Ils ont mentionné que de telles mesures risquaient de créer des failles qui seraient exploitées pour modifier de façon imprévue le système de vente au détail réglementé de l'Ontario, et pourraient contrevenir aux obligations en matière de commerce international.

Magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles

Les enjeux

Un fabricant de vin titulaire d'un permis en Ontario peut présenter une demande à la CAJO pour obtenir l'autorisation d'établir un magasin de détail sur ses installations de production. Compte tenu que la plupart des établissements vinicoles de la province sont situés dans des destinations touristiques de

MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS

choix, les magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles permettent aux établissements ontariens de promouvoir leurs vins auprès de visiteurs du monde entier.

La CAJO a le mandat d'établir les règles régissant l'admissibilité et l'exploitation des magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles. Ces règles visent principalement à garantir que les magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles sont établis et exploités conformément aux objectifs stratégiques et aux obligations juridiques de la province.

Par exemple, les fabricants de vin de raisin titulaires de permis peuvent seulement exploiter un magasin de détail sur les lieux de leur établissement vinicole. De plus, pour exploiter un tel magasin, ils sont obligés de fabriquer du vin contenant seulement des raisins cultivés en Ontario. En outre, les magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles doivent être situés sur des parcelles de terrain contenant au minimum cinq acres d'arbres fruitiers, et tout le vin qui y est vendu doit être produit par le fabricant.

La CAJO administre aussi des règles précises applicables aux établissements vinicoles qui sont situés dans les régions vinicoles moins établies de l'Ontario. Plus précisément, les fabricants de vin de raisin situés à l'extérieur des trois régions viticoles désignées de l'Ontario (c'est-à-dire la péninsule du Niagara, la rive nord du lac Érié et le comté du Prince-Édouard) doivent produire au moins la moitié de leurs vins à partir des raisins cultivés dans leur comté, leur région ou leur district.

Ce que nous avons entendu

Il est généralement admis, parmi les représentants de l'industrie vinicole, que la CAJO doit mettre à jour ses politiques sur les magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles pour favoriser la croissance économique de l'industrie, comme le suggère un intervenant. L'un des thèmes communs entendus pendant la période de consultation était que dans certains cas les règles existantes ne sont plus à jour et peuvent restreindre les établissements vinicoles ontariens qui cherchent à accroître leur entreprise de façon responsable.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Offre d'une souplesse accrue aux établissements vinicoles dans les régions vinicoles moins établies.** La majorité des participants de la consultation s'entendaient pour dire que la CAJO devait prendre des mesures pour changer la règle qui oblige les établissements vinicoles situés à l'extérieur d'une région viticole désignée de l'Ontario à produire la moitié de leurs vins à l'aide de raisins cultivés dans leur comté, leur région ou leur district. Un représentant de l'industrie croit que la politique lèse injustement l'exploitation d'un établissement vinicole à l'extérieur de la péninsule du Niagara, de la rive nord du lac Érié et du comté du Prince-Édouard. Un autre représentant a déclaré qu'elle créait une certaine inégalité en fonction du lieu de l'établissement et qu'elle entravait la croissance de l'industrie vinicole et des petits établissements vinicoles de l'Ontario.
- **Permission de la vente croisée de produits fabriqués par des fabricants semblables** Les représentants ont affirmé que le cadre de réglementation de l'Ontario créait de nombreuses

contraintes et désincitations pour les établissements vinicoles qui cherchent à acquérir d'autres établissements semblables afin d'étendre leurs activités. Plus précisément, de nombreux fabricants ont affirmé que les règles actuelles empêchaient les établissements vinicoles de commercialiser et de vendre leur gamme complète de produits dans un nouvel établissement récemment acquis. Ils ont recommandé à la CAJO de prendre des mesures pour permettre aux établissements vinicoles de commercialiser leurs produits d'un lieu à l'autre s'ils acquièrent un autre établissement et la totalité de ses permis.

- **Permission aux établissements vinicoles qui produisent du vin de coupage d'obtenir un magasin de détail sur les lieux.** La plupart des représentants de l'industrie vinicole s'entendaient pour dire que la CAJO devait éliminer la politique de longue date qui empêche les fabricants de vin d'exploiter un magasin de détail sur les lieux des établissements vinicoles si une partie ou la totalité de leur production comprend du vin de coupage (c'est-à-dire l'assemblage de vins canadiens et importés). Chez les représentants de l'industrie, on croit que la règle actuelle est inéquitable parce que les établissements vinicoles ayant reçu leur permis avant la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain, en 1993, en sont exemptés. Les participants se sont entendus pour dire que le changement proposé permettrait d'instaurer les mêmes règles pour tous les établissements vinicoles de la province, notamment en ce qui a trait à la gestion des risques.

Magasins de détail sur les lieux des distilleries

Les enjeux

Les titulaires d'un permis de fabrication de spiritueux distillés sont admissibles à présenter une demande à la CAJO pour obtenir l'autorisation d'exploiter un magasin de détail sur leurs lieux de production. Un magasin de détail sur les lieux d'une distillerie peut servir d'important point de commercialisation et de vente de produits auprès des touristes et des consommateurs locaux, surtout pour les nouvelles distilleries ontariennes.

Pour être admissible à un magasin de détail sur ses lieux, une distillerie titulaire d'un permis doit franchir un certain nombre de seuils de production qui peuvent être difficiles à atteindre. Plus précisément, conformément aux règles actuelles, un fabricant de spiritueux distillés titulaire d'un permis peut seulement exploiter un magasin de détail sur ses lieux si (i) la capacité de son appareil de distillation discontinue est de 5 000 litres ou (ii) la capacité de son alambic à circuit continu est de 150 litres d'alcool absolu par heure. De plus, au moins la moitié du volume de spiritueux vendus dans le magasin de détail de la distillerie doit avoir été fabriqué sur les lieux de production du début à la fin.

À l'origine, ces seuils de production visaient à encourager l'établissement de distilleries de grande envergure en Ontario qui produiraient d'importants volumes à l'échelle locale.

Ce que nous avons entendu

Pendant les consultations avec les entreprises et les associations représentant l'industrie des spiritueux

MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS

de l'Ontario, la CAJO a reçu de nombreuses suggestions portant sur deux thèmes récurrents.

Le premier thème a été présenté par un groupe de fabricants de spiritueux qui recommandait une approche assurant une plus grande harmonisation des dispositions réglementaires entre les fabricants de bière, de vin et de spiritueux. Un des représentants a mentionné, par exemple, qu'il était nécessaire d'instaurer les mêmes règles pour tous les producteurs de bière, de vin et de spiritueux afin que l'Ontario puisse devenir un marché de spiritueux plus rentable.

Le second thème a été amené par un autre groupe de distillateurs qui affirment que la méthode de réglementation des fabricants de spiritueux doit être adaptée aux modèles de gestion actuels des distillateurs, plus précisément des distillateurs de l'Ontario. Par exemple, un distillateur a recommandé à la CAJO d'envisager certaines réformes qui encourageront les distillateurs potentiels à intégrer le marché.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Diminution du seuil de capacité des appareils de distillation discontinue.** Les représentants de l'industrie s'entendaient pour dire que la CAJO devait modifier ses politiques afin de baisser le seuil de capacité des appareils de distillation discontinue sous la norme actuelle des 5 000 litres. Plusieurs nouveaux distillateurs ont affirmé que l'achat d'un appareil de distillation continue de 5 000 litres représentait un énorme investissement en immobilisations pour la plupart des distillateurs artisanaux et que ce coût avait dissuadé de nombreux distillateurs de se lancer dans cette industrie. Les participants s'entendaient pour ne pas éliminer le seuil, suggérant qu'un investissement minimal dans les opérations de distillation devait continuer d'être exigé. Cependant, aucun consensus n'a été atteint quant à la valeur du nouveau seuil.
- **Modification des exigences minimales de production sur les lieux.** La plupart des participants de la consultation de l'industrie des spiritueux souhaitaient que des changements soient apportés à la règle qui exige que la moitié des produits de spiritueux vendus dans un magasin de détail sur les lieux des distilleries devaient être fabriqués sur les lieux de production du fabricant. Cependant, il existait un désaccord notable quant à la valeur d'un nouveau seuil souhaité. Certains producteurs de spiritueux ont recommandé à la CAJO d'harmoniser les règles de production sur les lieux pour les fabricants de bière, de vin et de spiritueux et d'établir l'exigence de production sur les lieux entre 25 pour cent et 50 pour cent. De nombreux autres distillateurs, en revanche, ont demandé à ce que le seuil soit augmenté pour passer bien au-delà de 50 pour cent, précisant que les magasins de détail sur les lieux des distilleries doivent être obligés de vendre ce que produisent les distilleries.
- **Permission pour les producteurs de produits à base de spiritueux qui ne procèdent pas à la distillation de spiritueux d'exploiter un magasin de détail sur les lieux des distilleries.** On a recommandé à la CAJO de modifier les règles liées aux magasins de détail sur les lieux des distilleries pour permettre aux producteurs ontariens de produits à base de spiritueux mélangés d'exploiter un magasin sur leurs lieux de production. Actuellement, les producteurs ontariens sont admissibles à des magasins de détail sur les lieux des distilleries seulement (i) s'ils sont propriétaires et exploitants d'un appareil de distillation sur les lieux de production où se situe le magasin, et (ii) si les spiritueux qu'ils vendent dans le magasin de détail ont été fabriqués sur les lieux de production

du magasin. Les producteurs de produits à base de spiritueux mélangés ne sont généralement pas admissibles à un magasin de détail, car ils ne font pas la distillation, mais plutôt le mélange de jus au moyen de distillats achetés. Pendant la table ronde de l'industrie des spiritueux, plusieurs participants se sont opposés à cette recommandation, mentionnant que l'admissibilité devait continuer d'être limitée aux fabricants qui s'engagent dans le processus complet de production de spiritueux.

Autorisations de magasins de détail sur les lieux « portables »

Les enjeux

Si une brasserie, une distillerie ou un établissement vinicole ontarien obtient une autorisation d'exploiter un magasin de détail sur ses lieux de production, l'autorisation lui permet seulement d'exploiter un magasin sur ses lieux de production pour vendre ses propres produits. Les fabricants de boissons alcoolisées de l'Ontario ne sont généralement pas admissibles à l'exploitation de leurs propres magasins ou à la vente de leur alcool dans des contenants scellés dans un autre environnement de détail.

Ces dernières années, certaines administrations en Amérique du Nord ont pris des mesures pour offrir un nombre limité d'occasions de vente au détail et promotionnelles supplémentaires aux fabricants locaux, notamment dans le domaine de la vente d'alcool dans les marchés fermiers, les festivals et les expositions commerciales. Par exemple, les grandes régions viticoles de l'Amérique du Nord, comme la Californie et l'État de Washington, autorisent les établissements viticoles locaux à vendre des bouteilles de vin dans les marchés fermiers, alors que d'autres administrations permettent aussi la vente dans les mêmes marchés de bière et de spiritueux fabriqués localement. De nombreuses administrations autorisent les fabricants de boissons alcoolisées à vendre leurs produits dans les expositions commerciales et les festivals locaux.

Récemment, la province de l'Ontario a annoncé qu'elle lançait un programme pilote permettant d'étendre occasionnellement les autorisations de magasins de détail sur les lieux des établissements viticoles à la vente de vins de la Vintners Quality Alliance (VQA) de l'Ontario dans les marchés fermiers.

Ce que nous avons entendu

Pendant la période de consultation, la CAJO a reçu de nombreuses demandes concernant l'introduction d'un élément de « portabilité » dans les autorisations de magasin de détail sur les lieux. Plus précisément, les représentants de l'industrie vinicole et un certain nombre de petits brasseurs ont recommandé à la CAJO d'autoriser les fabricants à vendre leurs produits dans les marchés fermiers, les expositions commerciales et les festivals locaux. Certains participants ont mentionné que de telles autorisations devaient être délivrées par la CAJO à titre d'extensions « portables » des autorisations de magasin de détail sur les lieux existantes.

Plusieurs représentants de l'industrie ont insisté sur le fait que ces occasions de vente faciliteraient la

MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS

vie des clients tout en permettant aux producteurs locaux de commercialiser et de vendre leurs produits dans d'autres endroits. Un intervenant de l'industrie vinicole a mentionné, par exemple, que la vente de bouteilles de vin dans des salons à l'intention des consommateurs offrirait aux établissements vinicoles de la province, surtout aux plus petits et aux moins connus, une plus grande visibilité et une occasion d'accroître leurs ventes.

Vente d'« articles connexes » dans les magasins de détail sur les lieux

Les enjeux

La CAJO est chargée de déterminer les genres de marchandises autres que de l'alcool (communément appelées « articles connexes ») qui peuvent être vendues par des fabricants dans leurs magasins de détail sur les lieux. À l'origine, la réglementation de la vente d'articles connexes dans les magasins de détail sur les lieux visait à offrir aux fabricants ontariens l'occasion de promouvoir leurs produits auprès des touristes et des visiteurs, tout en garantissant que la vente de vin, de bière ou de spiritueux demeure la principale activité des magasins.

Actuellement, les fabricants qui exploitent des magasins de détail sur les lieux doivent respecter une liste définie d'articles connexes approuvés. La liste comprend, entre autres, des marchandises de marque (comme des vêtements, des sacs de transport et des parapluies portant le logo ou le nom de l'entreprise), des accessoires liés à l'alcool (comme des verres, des ouvre-bouteilles et des seaux à glace) ainsi que des chèques-cadeaux.

Bien qu'au fil des ans, des modifications ponctuelles aient été apportées à la liste d'articles connexes approuvés, aucun examen complet de la liste n'a été réalisé depuis que la responsabilité est passée de la LCBO à la CAJO il y a plus de dix ans.

Ce que nous avons entendu

La majorité des représentants de l'industrie du vin, de la bière et des spiritueux ont mentionné à la CAJO que la liste actuelle d'articles connexes approuvés était obsolète et qu'elle limitait inutilement la capacité des fabricants à vendre des marchandises autres que de l'alcool qui favoriseraient autrement l'expérience culturelle, historique et culinaire globale des touristes et des visiteurs.

Par exemple, il a été souligné à plusieurs reprises que les règles actuelles ne permettraient pas aux fabricants de vendre des aliments produits localement, même si ces aliments sont associés au vin, à la bière ou aux spiritueux du fabricant. Un distillateur artisanal a mentionné qu'il aimerait pouvoir vendre des produits de boulangerie-pâtisserie préparés par son meunier à l'aide des mêmes céréales que celles récoltées pour la distillation. De la même façon, de nombreux fabricants de bière ont souligné qu'ils aimeraient vendre des produits alimentaires artisanaux locaux, comme des fromages et des conserves,

ainsi que des produits liés à la bière, comme des noix et des sauces à base de bière.

La majorité des participants de la consultation s'entendent pour dire que la CAJO doit mettre à jour la liste des articles connexes approuvés, mais ils ne sont parvenus à aucun consensus sur les changements précis à apporter. Certains participants suggèrent d'abolir toute restriction liée à la vente de marchandises autres que de l'alcool dans les magasins de détail sur les lieux, en soulignant que les fabricants devraient avoir le droit d'être créatifs et de s'adapter aux demandes des clients en vendant les produits qu'ils souhaitent. D'autres ont soutenu qu'il fallait remplacer la liste actuelle d'articles connexes « approuvés » par une liste d'articles connexes « interdits », qui met l'accent sur les questions de responsabilité sociale et de santé publique. Enfin, plusieurs intervenants ont proposé à la CAJO de « moderniser » et de « peaufiner » la liste existante d'articles connexes approuvés afin qu'elle favorise davantage la culture locale et le tourisme.

La CAJO a aussi reçu des recommandations de nombreux intervenants qui souhaitent que la vente d'articles connexes dans les magasins de détail sur les lieux soit grandement réduite. Un représentant a mentionné que les magasins de détail sur les lieux ne devraient être autorisés à vendre que les marchandises de marque des fabricants pour s'assurer qu'ils ne s'écartent pas de leur principal objectif, soit la vente de boissons alcoolisées. Une autre association industrielle a proposé d'interdire aux magasins de détail sur les lieux de vendre autre chose que des boissons alcoolisées pour garantir qu'ils n'agiront pas de façon inéquitable en détournant des clients des dépanneurs et d'autres points de vente au détail.

Magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles - Heures d'ouverture et délocalisation des magasins

Les enjeux

Plusieurs fabricants de vin en Ontario ont le droit de vendre leur vin dans toute la province dans un nombre défini de magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles. Comme le suggère son nom, un magasin de détail à l'extérieur d'un établissement vinicole ne doit pas être situé sur le lieu de production de l'établissement vinicole titulaire de l'autorisation de vente au détail.

Depuis 2001, la CAJO est chargée de réglementer les magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles, notamment en ce qui a trait à leurs heures d'ouverture et à leur emplacement. Compte tenu de leur caractère unique au sein de l'environnement de vente au détail d'alcool en Ontario, les magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles sont soumis à des règles qui diffèrent parfois de celles visant les magasins de détail sur les lieux des établissements vinicoles.

Par exemple, les règles régissant les heures d'ouverture et les jours fériés des magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles sont plus restrictives et ressemblent aux heures d'ouverture et aux jours fériés

MAGASINS DE DÉTAIL DES FABRICANTS

des magasins The Beer Store et des succursales de la LCBO. De plus, les magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles sont soumis à des exigences strictes en matière de délai de la délocalisation.

Ce que nous avons entendu

La CAJO a reçu deux demandes de représentants de fabricants de vin qui exploitent des magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles. Ces demandes visent à offrir une plus grande souplesse en ce qui a trait aux heures d'ouverture, aux jours fériés et à la délocalisation des magasins.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Harmonisation des règles régissant les heures d'ouverture et les jours fériés des magasins de détail à l'extérieur et sur les lieux des établissements vinicoles.** Les représentants des magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles ont mentionné que leurs magasins devraient pouvoir être ouverts jusqu'à 23 h le dimanche, comme les magasins de détail sur les lieux. Actuellement, les magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles doivent fermer à 18 h le dimanche. De plus, les représentants des magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles ont mentionné que leurs magasins devraient être autorisés à ouvrir les jours fériés, comme les magasins de détail sur les lieux.
- **Augmentation du délai maximal permis pour la délocalisation des magasins.** Les représentants des magasins de détail à l'extérieur des établissements vinicoles ont aussi recommandé à la CAJO de prolonger le délai actuel de six mois relativement à l'ouverture et à l'exploitation d'un magasin en délocalisation. Ils ont souligné que le délai actuel n'était pas raisonnable, notamment si une entreprise fait face à des retards de planification ou de construction qu'elle ne peut contrôler.

The Beer Store - Vente d'articles connexes et délocalisation des magasins

Les enjeux

La société Brewers Retail Inc. est autorisée, conformément à la législation ontarienne, à exploiter des magasins (c'est-à-dire des magasins « The Beer Store ») dans toute la province pour la vente directe de bière aux consommateurs et aux établissements pourvus d'un permis. La CAJO a le mandat d'assurer la surveillance réglementaire des magasins exploités par la société Brewers Retail Inc. dans les quatre domaines suivants :

1. Régir les heures d'ouverture des magasins The Beer Store.
2. Établir les règles concernant l'offre d'échantillons aux clients de The Beer Store.
3. Autoriser l'ouverture de nouveaux magasins The Beer Store et approuver l'emplacement des nouveaux magasins.

4. Autoriser la délocalisation de magasins The Beer Store et approuver le nouvel emplacement des magasins délocalisés.

De plus, la CAJO est chargée de déterminer les genres de marchandises autres que de l'alcool (c'est-à-dire les « articles connexes ») qui peuvent être vendus dans les magasins The Beer Store. Actuellement, chaque magasin doit respecter une liste définie d'articles connexes approuvés, qui comprend entre autres des verres à bière, divers types de vêtements, des glacières et des fournitures pour la fabrication de bière à la pression.

Ce que nous avons entendu

Pendant la période de consultation, un groupe de fabricants de bière de l'Ontario a formulé deux recommandations distinctes à la CAJO, soit de moderniser et de simplifier sa méthode de surveillance des magasins The Beer Store :

- **Rationalisation du processus d'approbation des magasins The Beer Store nouveaux et délocalisés.** Actuellement, la CAJO gère un processus d'approbation en deux étapes pour les magasins The Beer Store nouveaux et délocalisés :

Étape 1: La société Brewers Retail Inc. présente un formulaire de demande et des renseignements supplémentaires afin d'obtenir une approbation conditionnelle de la CAJO pour exploiter un point de vente nouveau ou délocalisé.

Étape 2: Une fois que le point de vente nouveau ou délocalisé est prêt à ouvrir, un inspecteur de la CAJO visite les lieux afin de donner son approbation définitive à l'ouverture.

Il a été recommandé que la CAJO adopte un processus d'approbation plus rationalisé à une étape, car la dernière étape d'approbation n'est pas nécessaire et peut causer de grandes difficultés opérationnelles. Un participant a mentionné que le processus actuel à deux étapes plaçait la société Brewers Retail Inc. dans une position délicate, car elle s'engage à verser un loyer et à payer d'importantes dépenses en immobilisations sans savoir si elle recevra l'approbation réglementaire nécessaire pour ouvrir ses portes.

- **Mise à jour de la liste des articles connexes approuvés .** La liste d'articles connexes approuvés pour les magasins The Beer Store n'a pas été révisée depuis une vingtaine d'années. On a dit à la CAJO d'envisager l'examen de la liste actuelle afin de s'assurer que les articles sont pertinents et appropriés pour le climat des affaires actuel. Il a été mentionné que la vente d'articles connexes pouvait être faite de façon à garantir un équilibre concurrentiel avec les détaillants de produits autres qu'alcoolisés.

Certains intervenants se sont opposés fermement à cette recommandation. Par exemple, une association industrielle a demandé à la CAJO de prendre des mesures visant à interdire la vente d'articles connexes dans les magasins The Beer Store. Il a été souligné que la vente de marchandises autres que de l'alcool dans les magasins The Beer Store était faite aux dépens des petites entreprises et que, par conséquent, les magasins devraient se limiter à vendre de la bière.

Questions de santé publique et de responsabilité sociale

Pendant la période de consultation, les organismes de santé publique et de responsabilité sociale ont souligné qu'il fallait prendre des mesures supplémentaires pour renforcer le contrôle sur l'horaire, l'emplacement et la densité des points de vente au détail d'alcool en Ontario, notamment ceux qui ne sont pas exploités par la LCBO.

Par exemple, un organisme de santé publique important a déclaré que les politiques et les règlements qui régissent le nombre de points de vente au détail d'alcool sont très importants. Il a notamment cité des preuves montrant que les restrictions liées à l'horaire, aux jours d'ouverture et à la densité des points de vente pouvaient aider à limiter les dommages causés par l'alcool. Un autre organisme a cité une recherche montrant que les quartiers avec les plus fortes concentrations de points de vente au détail d'alcool ont des taux plus élevés de violence conjugale, de blessures et d'accidents de voiture liés à l'alcool.

La CAJO a donc reçu une série de recommandations visant à limiter l'accessibilité de l'alcool vendu dans les points de vente au détail supplémentaires en Ontario. Aussi, de nombreuses propositions ont été formulées. Si elles sont approuvées, elles permettront d'établir de nouvelles mesures visant à prévenir la vente d'alcool à des mineurs dans les magasins de détail des fabricants.

Parmi les solutions clés recommandées à la CAJO, citons les suivantes :

- **Limite de l'expansion des magasins de détail des fabricants.** Les lois ontariennes ne limitent aucunement le nombre total de points de vente au détail d'alcool pouvant être exploités en même temps dans la province (ni, d'ailleurs, dans une région ou un quartier). Pendant la période de consultation, de nombreux organismes de responsabilité sociale et de santé publique ont affirmé que des études montraient une corrélation directe entre l'augmentation du nombre de points de vente au détail d'alcool et les dommages liés à l'alcool. Ainsi, plusieurs participants de la consultation ont recommandé que des mesures soient prises afin de limiter le nombre de magasins de détail des fabricants supplémentaires que peut autoriser la CAJO. Certains organismes ont recommandé l'instauration d'un moratoire absolu sur les nouveaux magasins de détail des fabricants, alors que d'autres ont suggéré l'établissement de limites du nombre de magasins en fonction de la population dans différentes parties de la province.
- **Établissement de règles supplémentaires pour prévenir la vente d'alcool aux mineurs dans les magasins de détail des fabricants.** Plusieurs participants de la consultation provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale se sont dits inquiets du fait que les magasins de détail des fabricants de l'Ontario ne soient

pas actuellement obligés de mettre en œuvre des mesures précises visant à prévenir l'accès à l'alcool pour les mineurs. Notamment, il a été recommandé à la CAJO d'exiger du personnel de vente des magasins de détail des fabricants qu'il suive une formation de service responsable (c'est-à-dire Smart Serve). D'autres propositions visaient à obliger les exploitants de magasins de détail des fabricants à exiger des clients pouvant être mineurs qu'ils présentent deux pièces d'identité (au lieu d'une seule, comme exigé actuellement) ainsi qu'à suivre et à rendre publique le taux de vérification et de refus de chaque magasin. Enfin, il a été proposé à la CAJO d'adopter un programme, semblable à celui en place en Colombie-Britannique, qui se sert d'« agents mineurs » pour vérifier si les magasins de détail des fabricants se conforment aux obligations de vérification et de refus.

- **Exigence pour les magasins de détail des fabricants d'apposer des affiches rappelant aux clients de composer le 911 s'ils aperçoivent un conducteur en état d'ébriété.** Il a été rappelé à la CAJO que les magasins de vente au détail d'alcool jouaient un rôle important dans la promotion des messages de sécurité publique. Un organisme de responsabilité sociale a recommandé que les magasins de détail des fabricants soient obligés d'apposer des affiches qui rappellent aux clients de composer le 911 s'ils aperçoivent un conducteur en état d'ébriété sur la route. Cette recommandation a été appuyée par des études qui montrent que le nombre d'appels au 911 concernant des conducteurs ivres et d'arrestations connexes a augmenté considérablement dans les territoires ayant mis sur pied des programmes similaires.

RÉCLAME D'ALCOOL ET PROMOTIONS

Contenu des réclames d'alcool

Les enjeux

En Ontario, les pratiques de réclame des fabricants de boissons alcoolisées sont limitées par des règles et des règlements visant à prévenir l'exposition préjudiciable à des pratiques et à du contenu indésirables, notamment chez les jeunes ontariens, qui constituent un public vulnérable.

La CAJO est le principal organisme provincial chargé de réglementer la réclame d'alcool en Ontario. Elle établit des lignes directrices qui comprennent des restrictions quant aux sujets et aux objets qui peuvent apparaître dans les réclames d'alcool, qu'elles soient imprimées, radiophoniques, télévisuelles, sur Internet ou dans d'autres médias.

Par exemple, il est strictement interdit aux fabricants de commercialiser leurs produits de façon à attirer les mineurs ou à associer la consommation d'alcool à la conduite d'un véhicule. De plus, les réclames d'alcool ne doivent jamais présenter l'utilisation irresponsable d'alcool ou la vente, l'achat ou la consommation illégaux d'alcool.

L'exigence juridique obligeant les fabricants à obtenir une approbation préalable de la CAJO pour leurs réclames d'alcool a été éliminée il y a plusieurs années. Depuis, les fabricants doivent s'assurer que leurs réclames sont conformes aux règles et aux règlements applicables, faute de quoi la CAJO peut engager des procédures disciplinaires.

Ce que nous avons entendu

Les représentants de l'industrie s'entendent pour dire que la CAJO doit continuer de fixer des limites claires quant au contenu des réclames d'alcool. Un groupe de participants de l'industrie a mentionné ce qui suit : « Les annonceurs de boissons alcoolisées doivent être tout à fait conscients du ton de leurs annonces et de leur public potentiel. Nous prenons cette responsabilité sociale très au sérieux. Nous croyons que les politiques actuelles de la CAJO sont bien conçues et qu'elles permettent à l'Ontario de maintenir une culture assez positive liée aux boissons alcoolisées. »

De nombreux fabricants ont souligné à la CAJO que l'Ontario ne devait pas revenir à l'ancienne approche exigeant des fabricants qu'ils obtiennent une préapprobation pour pouvoir lancer chaque réclame. Cela étant dit, plusieurs participants ont souligné que la CAJO devait clarifier davantage les Directives relatives à la réclame de l'alcool afin d'atténuer l'incertitude pour les entreprises. De plus, la CAJO a reçu plusieurs propositions visant à lever certaines restrictions liées au contenu autorisé des réclames afin qu'il reflète les normes sociétales.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Clarification des règles concernant l'utilisation de « personnalités connues » dans les**

annonces publicitaires d'alcool . Actuellement, un fabricant de boissons alcoolisées ne peut utiliser une personnalité connue dans ses annonces publicitaires si cette personne risque vraisemblablement de séduire, directement ou non, des personnes qui ne sont pas d'âge légal pour boire. Cette restriction s'applique autant aux personnages historiques, politiques, religieux, culturels et sportifs qu'aux célébrités. Les représentants des industries de la bière, du vin et des spiritueux ont mentionné que les règles actuelles étaient trop ambiguës et subjectives. Un représentant a même affirmé que ces règles interdisaient de fait l'utilisation d'une célébrité dans une annonce publicitaire d'alcool. Il a donc été recommandé à la CAJO de réviser ses règles concernant l'utilisation de personnalités connues afin d'élaborer une norme plus objective qui permette aux fabricants de savoir clairement dans quelles conditions une célébrité peut ou non être utilisée dans une annonce publicitaire.

- **Révision des restrictions concernant l'utilisation de véhicules automobiles en mouvement.** Les Directives relatives à la réclame de l'alcool établissent des règles strictes visant à prévenir l'association de la consommation d'alcool à la conduite d'un véhicule automobile. Par exemple, les annonces publicitaires d'alcool ne peuvent généralement montrer de véhicules en mouvement (sauf des véhicules de transport en commun) si elles dépeignent la consommation d'alcool. Bien que les participants de la consultation reconnaissent la nécessité de règles rigoureuses dans ce domaine, une association industrielle a recommandé à la CAJO d'envisager la modification de deux règles précises considérées comme trop restrictives. Premièrement, on recommande à la CAJO de permettre l'utilisation de véhicules en mouvement si le véhicule n'est qu'un accessoire de l'annonce publicitaire et si l'annonce ne suggère ni ne laisse entendre que la personne qui consomme de l'alcool conduira un véhicule automobile. Deuxièmement, on a proposé à la CAJO de modifier la règle qui interdit l'affichage de bouteilles, de canettes ou de verres d'alcool sur les véhicules d'entreprise. Il a été souligné que de telles images ne suggèrent ni n'admettent d'aucune façon la consommation d'alcool avant la conduite automobile.
- **Affichage public de décisions et d'interprétations liées aux réclames.** Plusieurs participants de la consultation ont aussi recommandé à la CAJO de commencer à publier ses décisions et ses interprétations liées aux Directives relatives à la réclame de l'alcool afin d'accroître sa transparence auprès du public et d'offrir une plus grande clarté aux fabricants qui élaborent des propositions de réclames. Une association industrielle a mentionné ce qui suit : « Comme les décisions de la CAJO en vertu des Directives représentent un ensemble important de connaissances sur la façon dont la CAJO applique les Directives, elles représentent de fait une partie intégrante des directives elles-mêmes. Une transparence à l'échelle de l'industrie concernant ces décisions et ces interprétations améliorerait, selon nous, l'application globale des Directives. »

Inciatifs des fabricants

Les enjeux

Depuis l'abrogation de la prohibition au Canada dans les années 1920 et 1930, la plupart des provinces canadiennes, ainsi que la majorité des États américains, ont créé et maintenu en application des lois qui restreignent considérablement les interactions et les associations commerciales légales entre un

RÉCLAME D'ALCOOL ET PROMOTIONS

fabricant de boissons alcoolisées et un établissement pourvu d'un permis.

Bien que l'origine historique des lois liées aux « points de vente » et aux « anti-incitatifs » varie d'une province à l'autre, le motif d'intérêt public commun qui sous-tend depuis longtemps la réglementation des pratiques commerciales entre les fabricants et les établissements pourvus d'un permis décourage le comportement anticoncurrentiel qui peut limiter le choix des clients.

En Ontario, la Loi sur les permis d'alcool interdit aux fabricants de bière, de vin ou de spiritueux, ainsi qu'à leurs agents, d'offrir ou de donner un incitatif à un établissement pourvu d'un permis afin d'augmenter la vente ou la distribution d'une marque d'alcool.

Par exemple, un fabricant ne peut généralement pas offrir de paiements en argent, d'alcool gratuit, de rabais sur les produits, de modalités de paiement (c'est-à-dire de crédit pour commission) ou de cadeaux aux employés ou aux propriétaires d'un établissement pourvu d'un permis dans le cadre d'une entente visant à augmenter la vente de ses produits, comme un « contrat d'exclusivité ». En outre, un fabricant n'a pas le droit de proposer d'acheter ou de fournir certains articles ou services qui sont essentiels à l'exploitation d'un établissement pourvu d'un permis, comme du mobilier et des uniformes pour les employés ou la rénovation d'installations.

Au cours des dernières années, de nombreuses provinces canadiennes, y compris l'Alberta et la Colombie-Britannique, ont revu leur approche réglementaire en matière d'incitatifs des fabricants. Ces examens ont en partie remis en question la validité des lois anti-incitatives dans l'environnement économique et réglementaire d'aujourd'hui, en tenant compte notamment du rôle accru du gouvernement fédéral dans la réglementation de la concurrence au sein du marché privé.

Ce que nous avons entendu

À plusieurs reprises lors de la période de consultation, les représentants de l'industrie ont tenu à rappeler à la CAJO que les incitatifs entre fabricants de boissons alcoolisées et établissements pourvus d'un permis sont monnaie courante dans l'industrie. La plupart des participants croient que de nombreux membres de l'industrie du tourisme réceptif s'attendent à un avantage financier ou en nature dans le cadre normal de leurs activités.

Il a été souligné qu'un incitatif prend souvent la forme d'un contrat d'exclusivité, dans le cadre duquel un fabricant ou son agent offre un avantage en nature ou financier (comme des bouteilles d'alcool ou des barils à bière gratuits, ou un paiement comptant) en échange de l'engagement de l'établissement pourvu d'un permis à offrir les produits du fabricant de façon exclusive ou semi-exclusive.

Les participants de la consultation de l'industrie de la bière, du vin et des spiritueux, ainsi que les représentants des fabricants, ont formulé plusieurs recommandations à la CAJO quant aux mesures qu'elle peut prendre pour moderniser l'approche de l'Ontario en matière de réglementation des incitatifs.

Les participants sont d'accord pour dire que la CAJO doit adopter une approche plus sûre et mieux définie, mais peu s'entendent sur la nature précise de cette approche.

Certains croient que la législation ontarienne doit être modifiée pour mettre un terme à l'interdiction de longue date visant les incitatifs. Un représentant a insisté sur le fait que les problèmes évidents d'application de cette politique constituent un motif d'élimination des lois anti-incitatives existantes. D'autres ont mentionné que les ententes de type incitatives doivent être considérées comme des ententes commerciales légitimes, à condition que les fabricants soient tenus de divulguer l'entièreté des conditions de telles ententes, comme c'est le cas en Alberta.

Cependant, la majorité des représentants croient que l'Ontario doit maintenir son interdiction visant les incitatifs des fabricants et que la CAJO doit adopter une méthode de contrôle plus audacieuse de cette pratique. Chez les petits et moyens fabricants, on s'inquiète beaucoup du fait que les activités incitatives entre les fournisseurs et les établissements pourvus d'un permis servent à limiter de façon inéquitable l'accès au marché, ce qui cause des dommages disproportionnés aux fabricants nouvellement établis et à volume réduit.

On recommande notamment à la CAJO de clarifier et de préciser davantage ses politiques liées aux incitatifs pour que les fabricants et les titulaires de permis sachent avec davantage de certitude ce qui est autorisé ou non. De plus, il a été recommandé à la CAJO de faciliter la tâche aux intervenants et aux membres du public qui souhaitent porter plainte concernant des activités incitatives présumées. Enfin, plusieurs participants considèrent que la CAJO doit allouer des ressources supplémentaires aux enquêtes anti-incitatives et aux activités de contrôle proactives.

Cadeaux promotionnels des fabricants

Les enjeux

De temps à autre, les fabricants de boissons alcoolisées offrent des cadeaux aux consommateurs qui achètent des produits de bière, de vin ou de spiritueux dans des établissements pourvus d'un permis ou des magasins de détail. Par exemple, un fabricant de bière peut offrir un verre de bière de marque à l'achat d'un pichet de bière dans un restaurant avec permis d'alcool, et un fabricant de spiritueux peut offrir une portion individuelle (petit format) dans le cadre d'une promotion sur emballage de son magasin.

Les Directives relatives à la réclame de l'alcool de la CAJO établissent des paramètres liés aux activités promotionnelles des fabricants afin de s'assurer qu'elles sont menées dans l'intérêt du public. Plus précisément, les règles établissent des limites pour la valeur des cadeaux promotionnels qu'un fabricant peut offrir à l'achat d'alcool afin de réduire l'encouragement à la consommation excessive d'alcool en raison de ces cadeaux. Selon les limites actuelles, la valeur d'un cadeau ne peut dépasser 20 pour cent du prix de la boisson alcoolisée avec laquelle il est offert, pour un maximum de 5 \$.

Ce que nous avons entendu

La majorité des participants de la consultation de l'industrie de la bière, du vin et des spiritueux appuient les limites actuelles sur la valeur permise des cadeaux promotionnels. Par exemple, une association industrielle a affirmé que les règles actuelles reflétaient de bonnes politiques publiques. Cependant, il a aussi été recommandé à la CAJO d'envisager la clarification et la mise à jour des règles visant les cadeaux promotionnels des fabricants.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Modernisation des règles permettant l'offre de cadeaux promotionnels numériques.**
Les règles actuelles exigent que tout avantage offert à un client relativement à un cadeau promotionnel soit « fourni au moment de l'achat ». Certains participants de la consultation se sont dits inquiets du fait que ces règles servaient à interdire l'offre de cadeaux promotionnels numériques. Il a été mentionné à la CAJO que les fabricants cherchent à offrir des cadeaux promotionnels par des moyens plus innovateurs, comme la numérisation par balayage d'un code QR qui se trouve sur une bouteille ou une caisse afin de rediriger le client vers un site Web où il pourra commander ou obtenir un cadeau. Ainsi, il a été recommandé à la CAJO de modifier les Directives relatives à la réclame de l'alcool, par exemple pour permettre l'offre de cadeaux promotionnels après l'achat..
- **Clarification des règles liées à l'évaluation de la valeur d'un cadeau promotionnel.** Il a aussi été souligné à la CAJO qu'elle a l'occasion d'être plus transparente dans sa façon de calculer la valeur d'un cadeau promotionnel afin de déterminer s'il dépasse la limite. Bien que les règles actuelles indiquent que la valeur d'un cadeau promotionnel est définie par sa « valeur au détail normale » plutôt que par le « coût pour le fabricant », il a été recommandé à la CAJO d'expliquer publiquement le processus suivi pour garantir, comme l'a souligné un participant, les mêmes règles pour tous.

Préapprobation des exploitants de centres de fermentation libre-service et des services de livraison d'alcool

Les enjeux

Dans la plupart des cas, contrairement aux fabricants de boissons alcoolisées, les exploitants de centres de fermentation libre-service et les services de livraison d'alcool de l'Ontario n'ont pas le droit d'afficher d'annonces publicitaires avant qu'elles ne soient examinées et approuvées par la CAJO. Actuellement, la CAJO administre des directives relatives à la réclame de l'alcool distinctes pour les exploitants de centres de fermentation libre-service et les services de livraison d'alcool. Ces directives établissent les procédures détaillées à suivre pour obtenir l'approbation d'un projet d'annonce publicitaire.

Pour déterminer si elle approuve ou non une annonce publicitaire, la CAJO applique les mêmes règles et principes que ceux qui visent les annonces publicitaires des fabricants.

Ce que nous avons entendu

La CAJO a reçu des demandes formulées par les exploitants de centres de fermentation libre-service et les services de livraison d'alcool visant l'élimination de l'exigence selon laquelle leurs annonces publicitaires doivent, dans la plupart des cas, être examinées et approuvées par la CAJO.

Un représentant a mentionné que lorsque les fabricants de bière, de vin ou de spiritueux ont été exemptés de l'exigence de préapprobation il y a plus de dix ans, ces exemptions n'ont pas été appliquées aux exploitants de centres de fermentation libre-service ni aux services de livraison d'alcool, car cette catégorie de permis étant nouvelle, il fallait en surveiller étroitement les articles promotionnels. La même personne a souligné que l'industrie avait maintenant suffisamment d'expérience pour que l'exemption de la préapprobation puisse être accordée aux exploitants de centres de fermentation libre-service et aux services de livraison d'alcool.

Questions de santé publique et de responsabilité sociale

La majorité des participants de la consultation provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale croient que les activités de réclame d'alcool en Ontario sont de plus en plus complexes et axées sur les technologies et qu'elles visent à banaliser la consommation d'alcool, surtout chez les jeunes. Cette tendance inquiétait de nombreux organismes, dont la plupart ont cité une recherche établissant un lien de causalité entre la réclame d'alcool et les dommages causés par celui-ci.

Par exemple, un organisme de santé publique a mentionné ce qui suit : « La recherche montre que l'exposition des jeunes au marketing lié à l'alcool favorise la consommation précoce d'alcool et augmente la quantité consommée. Les pratiques de marketing et de promotion de l'industrie de l'alcool, y compris l'utilisation des médias sociaux, servent seulement à banaliser la consommation d'alcool et à l'associer à des habitudes de vie positives. »

Pour dissiper ces inquiétudes, il a été recommandé à la CAJO d'adopter une approche de contrôle plus audacieuse et de modifier ses règles concernant la réclame d'alcool afin qu'elles tiennent compte des nouveaux risques, notamment les réclames au moyen des médias sociaux.

Parmi les solutions clés recommandées à la CAJO, citons les suivantes :

- **Renforcer la surveillance et le contrôle des pratiques de réclame d'alcool.** Plusieurs organismes de santé publique ont recommandé à la CAJO d'adopter une stratégie plus audacieuse à l'égard de la surveillance et du contrôle des pratiques de réclame d'alcool en Ontario. Par exemple, un participant de la consultation a demandé à la CAJO d'élaborer un mécanisme clair pour dénoncer les infractions et imposer des sanctions appropriées aux contrevenants.

RÉCLAME D'ALCOOL ET PROMOTIONS

Plus précisément, il a été recommandé que la législation ontarienne soit modifiée pour rétablir les règles imposant la préapprobation par la CAJO de toutes les annonces publicitaires des fabricants et que les exigences de préapprobation actuelles à l'égard des services de livraison d'alcool et des exploitants de centres de fermentation libre-service soient maintenues. En outre, il a été proposé que la CAJO mette en place un système clair qui permettra au public de déposer des plaintes portant sur de la réclame d'alcool, et selon lequel toutes les infractions aux règles de la CAJO à ce chapitre seront diffusées publiquement. Enfin, il a été demandé que soit modifiée la législation pour hausser les amendes à l'endroit des contrevenants.

- **Établir des règles concernant la réclame d'alcool sur les médias sociaux.** Il a été porté à l'attention de la CAJO que la réclame d'alcool était de plus en plus courante en ligne et que les contrôles réglementaires en place ne suffisaient pas pour protéger les jeunes. Selon un représentant, la réclame en ligne a grandement accru l'étendue et la complexité des stratégies de marketing liées à l'alcool. La préoccupation principale des participants des tables rondes était le déploiement de stratégies de marketing sur les médias sociaux par des entreprises de boissons alcoolisées qui tentent d'entrer directement en contact avec les consommateurs sur les médias sociaux, comme Facebook et Twitter. Bon nombre d'entreprises n'adopteraient pas des mesures de contrôle suffisantes pour éviter que leurs annonces publicitaires n'atteignent les mineurs, comme des restrictions quant à l'âge. Il a donc été recommandé que la CAJO revoie ses directives relatives à la réclame de l'alcool pour faire expressément référence aux activités publicitaires sur Internet et, plus précisément, sur les médias sociaux.

Règles relatives aux échantillons fournis par des fabricants

Les enjeux

En Ontario, les fabricants de bière, de vin et de spiritueux peuvent offrir des échantillons de leurs produits à des personnes pour promouvoir leurs marques de façon responsable sur le plan social. Par exemple, les fabricants peuvent offrir des échantillons de leurs produits aux clients de magasins de vente au détail d'alcool (comme une succursale ou un magasin-agence de la LCBO, un magasin The Beer Store et des magasins de détail de fabricants) ainsi qu'à l'occasion d'événements promotionnels de l'industrie, comme des expositions commerciales ou des festivals. Ils peuvent aussi offrir des échantillons de leurs produits aux clients d'établissements pourvus d'un permis, comme les bars et les restaurants. Enfin, les fabricants peuvent offrir directement à des personnes des échantillons fermés (comme des canettes et des bouteilles scellées) sous certaines conditions.

La CAJO est chargée d'assurer la surveillance réglementaire des pratiques des fabricants relatives aux échantillons dans tous les points de vente, sauf dans les succursales de la LCBO. Plus particulièrement, la CAJO publie des directives relatives aux échantillons, qui régissent les pratiques des fabricants dans diverses sphères, comme le service responsable, les frais autorisés et la tenue de registres.

Ce que nous avons entendu

Les participants de la consultation provenant de l'industrie des boissons alcoolisées ont souligné que le dernier examen global des politiques de la CAJO à l'égard des échantillons avait eu lieu plusieurs années auparavant. Par conséquent, les règles, dans certaines circonstances, font obstacle à la poursuite d'occasions de promotion novatrices. Un représentant a écrit ce qui suit : « Les directives actuelles relatives aux échantillons nécessitent un examen complet pour y apporter des précisions et mieux cibler les risques associés à l'offre d'échantillons. De nombreuses règles imposées par les directives sont jugées trop normatives et discordantes et devraient être revues. »

En outre, la CAJO a reçu certaines recommandations visant la réforme de ses politiques pour rendre l'offre d'échantillons rentable, souple et moderne pour les entreprises.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Autorisation des bons numériques.** Les règles relatives aux échantillons de la CAJO permettent aux fabricants de donner des bons qui pourront, par exemple, être échangés par leur détenteur contre une caisse de six bières gratuite à un magasin de vente au détail d'alcool. Afin que les bons soient distribués de façon responsable sur le plan social, les règles précisent également que les bons doivent être remis en personne à un particulier et non par la poste ni « de toute autre façon indirecte ». Pendant la période de consultation, des participants se sont dits préoccupés par le fait que l'interdiction générale d'offrir des bons par une « façon indirecte » empêchait les fabricants d'utiliser un support numérique, comme un téléphone intelligent, même si le particulier est

OFFRE D'ÉCHANTILLONS

présent lorsque le bon lui est remis. Il a donc été recommandé que la CAJO modifie les directives relatives aux échantillons pour préciser que les bons peuvent être remis par voie numérique, pourvu que le détenteur soit présent au moment de la transmission.

- **Réduction du coût de l'offre d'échantillons aux établissements pourvus d'un permis pour les fabricants.** À l'heure actuelle, les directives relatives aux échantillons autorisent les fabricants à offrir des échantillons aux clients d'établissements pourvus d'un permis seulement par l'achat auprès des établissements de doses individuelles de leurs produits. De plus, les fabricants doivent payer le prix « à la carte » de la dose individuelle d'alcool. Il est généralement admis parmi les fabricants que les directives relatives aux échantillons devraient être modifiées pour permettre aux fabricants d'acheter les échantillons à un coût inférieur dans les bars, les restaurants et les autres établissements pourvus d'un permis. Selon certains participants, par exemple, les fabricants devraient pouvoir acheter des échantillons « au prix coûtant », tout en veillant à ce que le prix respecte les exigences relatives au prix de revente minimal.
- **Autorisation du service d'échantillons par les représentants des fabricants aux établissements pourvus d'un permis.** La CAJO exige aussi que les échantillons de bière, de vin ou de spiritueux soient servis aux clients d'établissements pourvus d'un permis par un employé de cet établissement. Bien qu'ils doivent aussi être présents lorsque les clients reçoivent les échantillons, les représentants de fabricants ne sont pas autorisés à servir les échantillons aux clients. Les règles actuelles seraient trop rigides et imposeraient inutilement des coûts aux fabricants et aux établissements pourvus d'un permis qui participent à ces activités de promotion. Il a été recommandé à la CAJO de permettre aux représentants des fabricants ayant obtenu la certification Smart Serve de servir des échantillons aux clients d'établissements pourvus d'un permis.

Restriction de l'offre d'échantillons par les exploitants de centres de fermentation libre-service

Les enjeux

Contrairement aux fabricants de boissons alcoolisées, les exploitants de centres de fermentation libre-service en Ontario ne sont pas autorisés à donner des échantillons d'alcool à des clients, réels ou potentiels. Seule exception à cette règle : un client a droit à un échantillon de bière ou de vin qu'il a lui-même produit une fois que la fermentation, la gazéification ou la filtration sont terminées.

La principale raison d'être de cette règle, sur le plan de l'intérêt public, est que les exploitants de centres de fermentation libre-service ne participent pas directement à la fabrication de bière ou de vin et mettent plutôt à la disposition des clients de l'équipement, des ingrédients et des installations leur permettant de faire de la bière ou du vin pour leur usage personnel. En conséquence, on considère depuis toujours que, comme les exploitants de centres de fermentation libre-service ne vendent pas leur propre produit, ils n'ont pas non plus de produits à promouvoir au moyen d'échantillons.

Ce que nous avons entendu

Des représentants de l'industrie de la fermentation libre-service ont mentionné à la CAJO que la règle actuelle interdisant aux exploitants de centres de fermentation libre-service et aux fabricants de nécessaires à vin d'offrir des échantillons de bière et de vin à d'éventuels clients les désavantageait par rapport à leurs concurrents. D'après un participant de la consultation, si les clients peuvent goûter à des boissons alcoolisées dans un établissement vinicole, une brasserie ou un magasin de LCBO, l'industrie de la fermentation libre-service devrait elle aussi avoir la possibilité de promouvoir ses services.

Il a été recommandé que la réglementation pertinente soit modifiée pour donner aux exploitants de centres de fermentation libre-service une autorisation limitée d'offrir des échantillons. Plus précisément, il a été proposé que les exploitants de centres de fermentation libre-service soient admissibles à l'obtention d'un permis de circonstance pour événement promotionnel de l'industrie et d'un permis de circonstance « sans vente », de sorte qu'ils puissent offrir des échantillons à l'occasion d'expositions commerciales et d'autres événements promotionnels.

Questions de santé publique et de responsabilité sociale

Pendant la période de consultation, des organismes de santé publique et de responsabilité sociale se sont dits grandement préoccupés par la « libéralisation » accrue (pour reprendre l'expression d'un représentant) des règles relatives aux échantillons d'alcool en Ontario au cours des dernières années. D'après l'une des présentations écrites, l'offre d'échantillons d'alcool, par nature, encourage la consommation immodérée d'alcool et contourne la protection associée au prix de revente minimal.

Si certaines personnes proposent l'interdiction pure et simple de la distribution d'échantillons d'alcool par les fabricants de vin, de bière et de spiritueux, la plupart des organismes de santé publique et de responsabilité sociale sont d'avis que la CAJO devrait prendre des mesures pour restreindre considérablement l'offre d'échantillons par les fabricants titulaires d'un permis, notamment la pratique consistant à remettre gratuitement des échantillons « ouverts » dans un magasin de détail et à l'occasion d'événements promotionnels de l'industrie (comme des festivals et des expositions commerciales).

Parmi les solutions clés recommandées à la CAJO, citons les suivantes :

- **Interdiction des échantillons d'alcool « ouverts » gratuits** Les règles relatives aux échantillons de la CAJO permettent aux fabricants de distribuer des échantillons « ouverts » gratuits de leurs marques d'alcool à différents points de vente, y compris dans

des établissements pourvus d'un permis, des magasins de détail de fabricants, des magasins The Beer Store et à des événements promotionnels de l'industrie. S'ils ont le loisir d'exiger des frais contre remboursement des coûts, les fabricants peuvent aussi offrir les échantillons gratuitement.

Plusieurs participants de la consultation provenant du milieu de la santé publique et de la responsabilité sociale étaient d'avis que l'offre d'échantillons d'alcool gratuits dans des établissements pourvus d'un permis, dans des magasins de détail et à des événements promotionnels cadrait mal avec la lutte constante contre la consommation d'alcool à risque élevé et la conduite en état d'ébriété. Par conséquent, il est recommandé que les directives relatives aux échantillons soient modifiées pour interdire l'offre d'échantillons d'alcool gratuits par les fabricants en toute circonstance et d'imposer des frais minimums pour les échantillons.

- **Définition de la taille maximale des échantillons et d'un plafond quant au nombre d'échantillons pouvant être offerts à un client.** Les règles relatives aux échantillons de la CAJO ne précisent pas de taille maximale pour les échantillons qu'un fabricant peut offrir dans des établissements pourvus d'un permis, dans des magasins de détail de fabricants, dans un magasin The Beer Store et à des événements promotionnels de l'industrie. En outre, elles n'imposent aucun plafond quant au nombre d'échantillons pouvant être offerts à un client en un temps donné. Ceux qui offrent des échantillons d'alcool à des clients sont plutôt tenus de respecter les lois de l'Ontario qui régissent le service responsable d'alcool, y compris l'interdiction de servir de l'alcool à des mineurs ou à des personnes en état d'ébriété.

Plusieurs participants de la consultation se sont dits préoccupés par l'absence de limites quant au nombre et à la taille des échantillons pouvant être offerts à un client, qui encouragerait la consommation immodérée et poserait un risque pour la sécurité publique. On a demandé à la CAJO de modifier ses règles pour établir une définition normalisée de la taille des portions et limiter le nombre d'échantillons à un par client.

AUTRES CONSTATATIONS PORTANT SUR LES FABRICANTS DE VIN, DE BIÈRE ET DE SPIRITUEUX

Sous-traitance

Les enjeux

De nos jours, en Ontario, un nombre croissant de marques locales de bière, de vin et de spiritueux sont introduites sur le marché par des entreprises qui ne possèdent ni n'exploitent leurs propres installations de fabrication classiques. Ces entreprises utilisent plutôt les installations de production, l'équipement et, dans certaines circonstances, la main-d'œuvre et le savoir-faire d'un fabricant bien établi pour produire de la bière, du vin ou des spiritueux en leur nom.

On peut parler de « foulage à façon » ou de « vinification virtuelle » dans l'industrie vinicole ou simplement de « brassage à façon » dans l'industrie de la bière. Une multitude de structures d'entreprise reposent sur la sous-traitance.

Par exemple, certaines entreprises possèdent une ou plusieurs marques d'alcool, mais donnent en sous-traitance à long terme tous les aspects de la conception, de la fabrication et de la distribution de produits à un fabricant bien établi. Ces propriétaires de « marques privées » structurent habituellement leur entreprise de façon à éviter les coûts élevés associés à la construction et à l'exploitation de leurs propres installations de production et à l'embauche de leur propre main-d'œuvre, ce qui leur permet de centrer leurs ressources sur les ventes et les activités de marketing.

À l'opposé, certains donneurs d'ordre participent directement à la conception, à la production ou à la distribution de leurs produits. Souvent, ces entreprises en démarrage sont dirigées par des aspirants brasseurs, vinificateurs ou distillateurs qui cherchent à établir leur marque avant de faire un investissement à long terme pour construire, équiper et doter en personnel leurs propres installations de production. Ces entrepreneurs utilisent habituellement leurs propres ingrédients, employés et connaissances spécialisées pour entreprendre directement le processus de production, mais ils louent l'équipement et les installations pour ce faire.

Actuellement, il n'y a aucune distinction dans la législation ontarienne entre les fabricants de plein exercice et les fabricants qui ont recours à la sous-traitance, et la CAJO n'établit pas de règles distinctes pour les fabricants qui confient en sous-traitance une partie ou l'ensemble de leurs activités de production. Plus particulièrement, la CAJO n'impose actuellement aucune exigence distincte en matière de permis pour les donneurs d'ordre ni n'établit de règles ou de conditions propres à leurs activités.

Ce que nous avons entendu

La question de la sous-traitance a été longuement débattue à l'occasion de plusieurs tables rondes. Elle a suscité de fortes émotions chez bon nombre de participants de la consultation, ce qui témoigne de leur dévouement envers les industries du brassage, de la vinification et de la distillerie.

AUTRES CONSTATATIONS PORTANT SUR LES FABRICANTS DE VIN, DE BIÈRE ET DE SPIRITUEUX

On pouvait sentir une certaine inquiétude chez certains représentants de l'industrie, en particulier chez les fabricants de bière, à l'égard de la prolifération d'entreprises qui se présentent sur leurs étiquettes et dans leurs activités de marketing comme des brasseries, des distilleries ou des établissements vinicoles exploitants, même si elles n'ont pas investi dans leurs propres installations et équipement de production et, bien souvent, ne participent pas directement à la conception et à la fabrication de leurs produits.

La question centrale pour ces représentants concernait « l'intention » des donneurs d'ordre. Les ententes que concluent des aspirants brasseurs, vinificateurs et distillateurs avec un fabricant « hôte » pour se donner le temps de se bâtir une clientèle et de mobiliser des capitaux afin d'acheter leurs propres installations et équipement de production étaient généralement bien reçues. Ce qui est inquiétant, par contre, ce sont les propriétaires de « marques privées » qui n'ont aucunement l'intention d'investir dans leurs propres installations, équipement ou main-d'œuvre et ne participent pas directement à la conception ni à la fabrication de leurs produits.

D'autres ont témoigné leur appui général à la sous-traitance dans l'industrie des boissons alcoolisées de l'Ontario. Les représentants de l'industrie vinicole, notamment, ont manifesté peu d'inquiétude à l'égard de la sous-traitance dans leur secteur, mentionnant que le « foulage à façon » et la « vinification virtuelle » sont maintenant une pratique généralement bien admise. Des représentants d'agents de fabricants et d'importateurs, de même que certains fabricants de spiritueux, ont également donné leur appui aux propriétaires de « marques privées » et à d'autres ententes de sous-traitance du fait que, comme une association industrielle le mentionnait, ces entreprises élargissent la gamme de produits offerts sur le marché.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Établissement de règles distinctes en matière de permis pour les donneurs d'ordre.** En dépit de la diversité d'opinions à l'égard de la sous-traitance en Ontario, les participants de la consultation s'entendaient généralement sur le fait que la CAJO devrait envisager la modification de sa stratégie à l'égard de la délivrance des permis pour établir des règles distinctes pour les entreprises qui ne possèdent ni n'exploitent leurs propres installations de fabrication. Plusieurs participants étaient d'avis que la CAJO devrait définir des règles claires pour limiter la délivrance de permis seulement aux fabricants qui possèdent ou exploitent leurs propres installations. Cette proposition s'appuie principalement sur le fait que, comme une association industrielle le mentionnait, les donneurs d'ordre n'ont généralement pas suffisamment d'investissements et d'actifs locaux pour donner aux organes de réglementation l'assurance que les mesures d'application qui seraient prises en réponse à d'éventuelles infractions seraient réellement exécutées. Un autre groupe de participants a demandé à la CAJO de créer un permis distinct pour les donneurs d'ordre, qui imposerait des conditions différentes à ces entreprises. Peu de détails ont été présentés quant aux types de conditions que la CAJO pourrait exiger des donneurs d'ordre. Plusieurs participants ont cependant recommandé que les donneurs d'ordre soient tenus de faire preuve d'une plus grande transparence à l'endroit des consommateurs, notamment en imprimant sur les étiquettes des produits l'emplacement de production et le nom du fabricant « hôte ».

Capacité limitée des « points de vente »

Les enjeux

Tel qu'il a été mentionné dans les sections précédentes du rapport, les lois ontariennes imposent d'importantes restrictions quant aux associations et aux interactions commerciales qui peuvent légalement avoir lieu entre un fabricant de boissons alcoolisées et un établissement pourvu d'un permis. Plus précisément, il est généralement interdit aux fabricants de boissons alcoolisées de posséder et d'exploiter leurs propres bars, restaurants ou autres établissements pourvus d'un permis.

La loi prévoit cependant une exception à cette règle. La CAJO peut autoriser les titulaires d'un permis de fabrication de bière, de vin ou de spiritueux de l'Ontario à posséder et à exploiter un établissement pourvu d'un permis situé dans leur brasserie, leur établissement vinicole ou leur distillerie, communément appelé « point de vente ». L'autorisation relative aux « points de vente » étant de nature limitée, un fabricant ne peut exploiter plus d'un point de vente dans la province, et la capacité des installations est limitée à 500 personnes à l'intérieur et à 1 000 personnes à l'extérieur.

Ce que nous avons entendu

Plusieurs fabricants exploitant actuellement des points de vente ont fait savoir à la CAJO que ces limites de capacité constituaient un obstacle arbitraire et inutile à leurs activités commerciales. Pendant la table ronde avec l'industrie vinicole, plusieurs propriétaires d'établissements vinicoles ont mentionné que la limite actuelle du nombre de personnes à l'extérieur restreignait leur capacité à organiser des concerts extérieurs et des festivals. En outre, certains propriétaires de brasserie ont souligné qu'en raison de la limite du nombre de personnes à l'intérieur, il est moins intéressant pour les fabricants de bière d'investir dans la création d'un bar ou d'un restaurant dans leurs installations de production. Par conséquent, il est recommandé que les règlements pertinents pris en application de la Loi sur les permis d'alcool soient modifiés pour repousser les limites de capacité aux points de vente, voire les abolir.

REPRÉSENTANTS DE FABRICANTS

Propositions visant à donner plus de latitude aux entreprises et à réduire le fardeau administratif

Les enjeux

En Ontario, il est courant que des fabricants de boissons alcoolisées situés hors de l'Ontario aient recours aux services d'un agent ou d'un représentant pour solliciter des ventes, mener des activités promotionnelles, prendre des commandes et les livrer en leur nom. De plus, certains établissements vinicoles, brasseries et distilleries de l'Ontario retiennent les services de représentants de fabricants pour s'occuper de leurs ventes et de leurs activités promotionnelles.

La CAJO agit à titre d'organisme de réglementation principal chargé de la délivrance de permis aux représentants de fabricants ainsi que de la prestation d'une surveillance constante pour veiller à ce que les représentants de fabricants mènent leurs activités commerciales de façon honnête, intègre et dans l'intérêt public.

Les représentants des fabricants sont soumis à certains règlements normatifs qui visent, entre autres, à réduire le risque d'importation et de vente illégales d'alcool en Ontario. Par exemple, les représentants de fabricants pourvus d'un permis ne sont pas autorisés à détenir plus de 180 litres d'alcool à la fois et doivent respecter de nombreuses exigences de tenue de registres et de facturation.

Ce que nous avons entendu

Pendant la période de consultation, la CAJO a reçu plusieurs recommandations de la part de représentants de fabricants qui visaient à trouver des façons de donner plus de latitude à ces entreprises et de réduire leur fardeau administratif. Les participants de la consultation reconnaissaient que les contrôles réglementaires de l'Ontario à l'égard des représentants des fabricants doivent accorder une grande importance à la sécurité publique et à la responsabilité sociale, mais ils estimaient qu'il était possible de respecter ces priorités tout en modifiant certaines règles plus sévères qui s'appliquent plus particulièrement aux représentants de fabricants.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Modification de la limite de 180 litres de « produit en main ».** À l'heure actuelle, les entreprises ontariennes qui agissent comme représentants autorisés d'au moins un fabricant de boissons alcoolisées sont autorisées à conserver en tout temps, dans toute l'entreprise, au maximum 180 litres de produit, soit l'équivalent d'environ 20 caisses de vin ou de spiritueux. Pendant la table ronde, des représentants de fabricants ont souligné que cette limite était extrêmement basse dans le contexte actuel. Comme ils traitent souvent des commandes de plus de 20 caisses, les représentants de fabricants doivent faire plusieurs visites à l'entrepôt de la LCBO ou contrevenir au règlement. Pire, s'ils ont à leur disposition des produits en main « non engagés » (c'est-à-dire des échantillons ou des produits utilisés aux fins d'études de marché), la quantité de

produits « engagés » qu'ils peuvent avoir en leur possession est d'autant plus limitée.

Par conséquent, il est recommandé que les règlements soient modifiés pour faire la distinction entre les produits engagés et non engagés au regard de la quantité maximale d'alcool permise. Plus précisément, on propose d'appliquer la limite de 180 litres aux produits « non engagés » seulement. Ainsi, les représentants de fabricants seraient autorisés à avoir une quantité illimitée de produits « engagés » en main en tout temps, tout en devant respecter de strictes exigences de tenue de registres et de facturation pour ces produits.

- **Autorisation de prolongation du délai de paiement pour les titulaires de permis.** Tel qu'il a été mentionné précédemment dans le rapport, il est interdit aux fabricants de boissons alcoolisées et à leurs agents d'offrir des incitatifs financiers ou en nature à un établissement pourvu d'un permis dans le but d'augmenter les ventes d'une certaine marque d'alcool. Pendant de nombreuses années, la CAJO estimait qu'en raison des règles strictes de la province contre les incitatifs, les représentants de fabricants n'étaient pas autorisés à prolonger les modalités de paiement relativement à l'alcool livré aux bars, aux restaurants ou à d'autres établissements pourvus d'un permis. Selon plusieurs participants des tables rondes, la CAJO devrait revoir son interprétation de la législation anti-incitative de la province pour reconnaître les modalités de paiement comme une procédure administrative normale d'entreprise à entreprise. Une personne soutenait que la prolongation du délai de paiement était une nécessité réaliste du commerce moderne qui facilite le commerce régulier et les ententes à long terme, notamment par le recours aux paiements électroniques constants. La CAJO a reçu une demande semblable de la part de représentants de l'industrie vinicole de l'Ontario.
- **Autorisation des frais de livraison.** Outre la sollicitation et le traitement de commandes au nom de fabricants de boissons alcoolisées étrangers et locaux, les représentants de fabricants sont autorisés à livrer les produits de leurs clients à des particuliers et à des établissements pourvus d'un permis. Contrairement aux services de livraison d'alcool pourvus d'un permis, les représentants de fabricants ne sont pas autorisés à exiger des frais directement à l'acheteur. Cette règle découle principalement du fait que la « portée des services » des représentants de fabricants est depuis toujours restreinte à l'offre de services au nom d'un fabricant, et non à titre d'agent d'un acheteur. Des représentants de fabricants ont proposé que la législation soit modifiée pour permettre aux représentants de fabricants pourvus d'un permis d'exiger des frais de livraison. Des participants de la consultation ont mis en lumière le fait que les représentants de fabricants doivent maintenant se rendre à de multiples succursales de la LCBO pour traiter une même commande, ce qui pose un défi logistique coûteux pour leur entreprise. Ils ont affirmé que le pouvoir d'exiger des frais de livraison directement aux acheteurs des produits de leurs clients leur donnerait une plus grande latitude pour recouvrer leurs frais.
- **Modernisation des règles de facturation.** Les représentants de fabricants sont tenus de respecter de strictes exigences de tenue de registres en Ontario, qui comprennent l'adjonction d'un bon de commande détaillé à toute commande d'alcool à livrer. La législation ontarienne prévoit une longue liste de renseignements devant figurer sur les bons de commande. Compte tenu de cette exigence, les représentants de fabricants doivent, dans de nombreuses circonstances, adjoindre de nombreuses feuilles à chaque caisse d'alcool à livrer. Les exigences actuelles relatives aux bons de commande imposent un fardeau administratif inutile aux représentants de fabricants. Ainsi, il est recommandé que les règlements pertinents soient

REPRÉSENTANTS DE FABRICANTS

modifiés pour supprimer l'exigence relative à l'adjonction des bons de commande aux caisses d'alcool. Les participants proposent plutôt que les représentants de fabricants soient tenus de posséder en tout temps un « document sommaire » qui contiendrait tous les renseignements nécessaires à l'atteinte des objectifs réglementaires, y compris la prévention de l'importation et de la vente illégales de boissons alcoolisées.

Propositions visant à améliorer le service à la clientèle et à simplifier les dispositions réglementaires

Les enjeux

Dans de nombreuses municipalités de l'Ontario, les consommateurs ont la possibilité de passer des commandes de boissons alcoolisées auprès d'un service de livraison d'alcool pourvu d'un permis et de les faire livrer à leur domicile. Bien que la grande majorité des services de livraison d'alcool soient offerts par des petites entreprises qui emploient relativement peu de personnel, certaines grandes entreprises (notamment dans le secteur de l'épicerie) ont commencé à offrir des services de livraison d'alcool dans le cadre de leurs services de livraison à domicile.

La CAJO est chargée de délivrer les permis et de procéder à la surveillance réglementaire constante au regard des services de livraison d'alcool en Ontario. Principalement en raison des préoccupations accrues sur le plan de la sécurité publique liées à la livraison d'alcool autrement que dans un environnement de détail classique, les services de livraison d'alcool doivent respecter plusieurs lois et règlements normatifs.

Par exemple, ils sont tenus de respecter de nombreuses exigences de tenue de registres. Ils doivent créer (et conserver pendant au moins un an) un bon de commande détaillé et un reçu signé pour chaque commande d'alcool reçue et chaque livraison effectuée.

De plus, les services de livraison d'alcool sont soumis à des règles strictes concernant les modes de livraison. L'alcool doit obligatoirement être livré au client le jour de l'achat et au plus tard une heure après la fermeture du magasin où il a été acheté. En outre, l'alcool doit être livré au client à un domicile (et non à une entreprise ou dans un endroit public) par une personne qui a suivi un cours de formation des serveurs.

Ce que nous avons entendu

La CAJO a tenu une table ronde avec plusieurs propriétaires de services de livraison d'alcool de l'Ontario. Pendant la période de consultation, les participants ont insisté sur le fait qu'ils étaient déterminés à exploiter leur entreprise de façon sécuritaire et responsable sur le plan social, soulignant que de nombreux services de livraison d'alcool s'associaient à des organismes de responsabilité sociale.

Plusieurs représentants de l'industrie des services de livraison d'alcool se sont dits préoccupés par le fait que certaines règles et restrictions du droit ontarien limitent leurs occasions d'affaires et le choix des consommateurs. En conséquence, certaines suggestions ont été formulées dans le but d'améliorer le service à la clientèle et de simplifier les dispositions réglementaires.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Autorisation de la livraison à des entreprises par les services de livraison d'alcool.** Depuis

SERVICES DE LIVRAISON D'ALCOOL

2001, la législation ontarienne limite la livraison de boissons alcoolisées par les services de livraison d'alcool aux « adresses de résidence ». Plusieurs participants de la consultation aimeraient pouvoir effectuer des livraisons à des entreprises, y compris à des établissements pourvus d'un permis. Un représentant a mentionné recevoir régulièrement des demandes de livraison de boissons alcoolisées pour des fêtes de bureau et d'autres événements d'entreprise, sans pouvoir donner suite à ces occasions d'affaires. Une autre personne a souligné que les services de livraison d'alcool étaient auparavant autorisés à livrer de l'alcool à des bars et à des restaurants et que l'élimination de ce bassin de clients avait eu un effet néfaste sur l'industrie. Par conséquent, il est recommandé que les règlements pertinents soient modifiés pour autoriser les services de livraison d'alcool à offrir leurs services à des clients commerciaux.

- **Précision des règles concernant les « commandes préalables » et la « livraison le jour même ».** Il a été porté à l'attention de la CAJO que la règle quant à livraison de l'alcool le jour même de l'achat suscitait la confusion parmi les services de livraison d'alcool. Plus précisément, certaines entreprises ont commencé à prendre des commandes, habituellement en ligne, plusieurs jours avant la date de livraison, mais sans acheter les produits commandés avant le jour de la livraison. D'après un participant, certains services de livraison d'alcool bien établis croient plutôt qu'ils sont seulement autorisés à recevoir et à traiter les commandes le jour même. Ainsi, il a été recommandé que la CAJO prenne des mesures pour préciser si les commandes préalables de livraison d'alcool sont permises sous le régime de la législation ontarienne.
- **Autorisation de la distribution d'articles promotionnels de fabricants par les services de livraison d'alcool.** La *Loi sur les permis d'alcool* interdit expressément aux services de livraison d'alcool de conclure un accord avec un fabricant pour « favoriser la vente ou la livraison d'alcool d'un fabricant ». Pendant la table ronde, des services de livraison d'alcool se sont dits préoccupés par le fait que cette règle constituait une interdiction généralisée de toute activité promotionnelle visant un fabricant en particulier par les services de livraison d'alcool. Cette règle interdisant les incitatifs est plus stricte que la règle qui s'applique aux établissements pourvus d'un permis, qui ont la capacité, bien que limitée, d'accepter des articles promotionnels pour « rehausser l'image de marque du fabricant ou de son produit auprès des consommateurs ». Les représentants de services de livraison d'alcool ont demandé à ce que leur soit accordé un droit similaire de distribution d'articles promotionnels de fabricants.

EXPLOITANTS DE CENTRES DE FERMENTATION LIBRE-SERVICE

Proposition visant à créer de nouvelles occasions d'affaires en assouplissant les règles normatives

Les enjeux

En Ontario, une entreprise de fermentation libre-service peut être en activité dans le but précis d'offrir des installations, de l'équipement, des ingrédients et des conseils aux clients pour qu'ils puissent produire leur propre vin ou bière. Après avoir terminé la production, les clients peuvent emporter leur vin ou bière pour leur consommation personnelle.

Les exploitants de centres de fermentation libre-service en Ontario sont tenus d'obtenir un permis auprès de la CAJO et de respecter de nombreux règlements, qui visent essentiellement à limiter la participation des exploitants de centres de fermentation libre-service à la production de bière ou de vin des clients. Cette orientation de la réglementation découle du fait que les exploitants de centres de fermentation libre-service ne sont pas titulaires d'un permis, ni autrement régis, en tant que fabricants de boissons alcoolisées, mais plutôt comme entreprises facilitant la production de boissons alcoolisées par des clients.

Ce que nous avons entendu

Pendant la table ronde avec un groupe de représentants de l'industrie de la fermentation libre-service, il a été porté à l'attention de la CAJO que les exploitants de centres de fermentation libre-service s'efforçaient de créer une expérience de vinification de qualité pour leurs clients dans le but de briser les stéréotypes selon lesquels les exploitants de centres de fermentation libre-service sont des « producteurs de vinasse ».

La nature restrictive du cadre de réglementation actuel ferait obstacle aux activités commerciales et à l'expansion des entreprises et contribuerait à perpétuer des pratiques commerciales archaïques. Les participants de la table ronde ont reconnu le besoin permanent de réglementation pour veiller à ce que les rôles respectifs des « clients » et des « exploitants » soient connus, et n'ont donc pas plaidé en faveur de l'érosion de la participation du client au processus de production. Ils ont cependant affirmé que le cadre de réglementation actuel imposait un ensemble de limites opérationnelles qui engendrait un manque d'efficacité, leur font perdre des occasions d'affaires et compliquent leurs activités visant à attirer et à conserver des clients.

Parmi les solutions proposées, citons les suivantes :

- **Autorisation du transfert du « vin en transformation ».** Sous le régime des lois de l'Ontario, les titulaires d'un permis d'exploitation d'un centre de fermentation libre-service et leurs employés ne peuvent permettre que soient sorties du lieu pourvu d'un permis les bonbonnes (c'est à-dire les contenants) qui servent à fabriquer de la bière ou du vin. Les exploitants de centres de fermentation libre-service ont souligné que cette règle pouvait entraîner d'importantes difficultés opérationnelles, en particulier lorsque les exploitants de centres de fermentation

EXPLOITANTS DE CENTRES DE FERMENTATION LIBRE-SERVICE

libre-service déménagent. Un intervenant a mentionné avoir entendu parler d'un cas où le vin en transformation avait dû être jeté lorsqu'un centre de fermentation libre-service avait dû déménager à la suite d'un incendie dans un bâtiment voisin. Pour ces raisons, il est recommandé que la législation soit modifiée pour permettre le déplacement des bonbonnes utilisées en présence d'un inspecteur de la CAJO.

- **Autorisation du service de bière et de vin produits à des centres de fermentation libre-service par les titulaires de permis de circonstance.** À l'heure actuelle, les permis de circonstance ne permettent pas de servir du vin fait maison, y compris du vin produit dans des centres de fermentation libre-service, à l'occasion d'événements spéciaux (comme des mariages). Sur le plan de la politique publique, cette restriction s'explique par la protection des consommateurs et la sécurité publique. Seule exception à cette règle : le service de vin fait maison lors d'événements religieux. Les participants de la table ronde ont plaidé en faveur de la possibilité de servir du vin fait maison à l'occasion d'événements spéciaux en général grâce à un permis de circonstance.
- **Modification des règles de partitionnement pour les autres services en magasin.** Certains exploitants de centres de fermentation libre-service partagent des locaux avec d'autres entreprises. Par exemple, pendant la table ronde, des exploitants de centres de fermentation libre-service ont mentionné à la CAJO que certaines de leurs installations accueillent une entreprise de filtration d'eau ou un café. Selon le cadre de réglementation actuel, un mur fixe allant du plancher au plafond doit séparer les autres services en magasin du centre de fermentation libre-service. D'après les participants de la table ronde, cette règle entraîne des coûts inutiles, et une forme de partitionnement moins contraignante devrait être permise pour séparer les deux entreprises.
- **Autorisation du partage de lots.** La législation ontarienne limite actuellement la capacité des exploitants de centres de fermentation libre-service de partager des lots de vin ou de bière entre les clients. Comme la taille minimale des lots pour certains produits est très élevée (30 bouteilles de vin, par exemple), cette règle limiterait leur capacité à attirer de nouveaux consommateurs occasionnels aux centres de fermentation libre-service. Plusieurs participants de la table ronde ont donc demandé à être autorisés à tenir une liste de clients qui souhaiteraient partager des lots et à offrir ce service.
- **Autorisation de la désignation de remplaçants par les clients.** Les exploitants de centres de fermentation libre-service et leurs employés ne sont pas autorisés à permettre à une personne autre que les clients de fabriquer de la bière ou du vin dans le lieu pourvu d'un permis. Selon certains intervenants, la réglementation actuelle entraînerait des difficultés opérationnelles. Par exemple, il est arrivé dans certains cas qu'une personne commence un lot de vin dans un centre de fermentation libre-service et ne puisse se rendre au centre pour effectuer une étape du processus en raison d'une blessure. La réglementation actuelle ne permet pas à ce client d'envoyer un remplaçant, comme son conjoint. Ces intervenants ont demandé que les exploitants de centres de fermentation libre-service, leurs employés et leurs agents aient l'autorisation de permettre à leurs clients de désigner au besoin un remplaçant pour effectuer en leur nom une partie du processus de fabrication de vin ou de bière.

La période de consultation étant maintenant terminée, le projet de la CAJO de modernisation de la réglementation de l'industrie des boissons alcoolisées de l'Ontario passe à la prochaine étape. Au cours des semaines à venir, la CAJO étudiera attentivement les commentaires et les recommandations présentés par les participants de la consultation et énoncés dans le présent Rapport sur les constatations. Par la suite, la CAJO dressera la liste de certains secteurs pour lesquels elle est prête à aller de l'avant relativement à la réforme de ses politiques et procédures.

La CAJO s'est engagée à collaborer avec ses partenaires et les intervenants pour mener ce projet à terme. À ce chapitre, la CAJO compte former divers groupes de travail qui seront chargés d'étudier attentivement les politiques publiques et les possibilités de mettre en œuvre certaines réformes adoptées.

Certaines recommandations présentées pendant la période de consultation ne relèvent pas du mandat actuel de la CAJO, généralement parce que la responsabilité en est attribuée à un autre ministère ou organisme. Ces questions comprennent l'établissement d'un prix minimal et uniforme pour l'alcool, l'entreposage et la livraison, la gestion des vérifications (sauf pour les établissements vinicoles) et les taxes. Ces commentaires et les recommandations ont été soigneusement consignés et transmis aux fonctionnaires compétents des ministères et organismes concernés.

La CAJO aimerait une fois de plus remercier sincèrement les nombreux intervenants et partenaires qui ont consacré temps et énergie à ce projet. Nous avons déjà réalisé d'énormes progrès et sommes heureux de continuer notre collaboration fructueuse avec vous.

ANNEXE

Liste des participants de la consultation

- 66 Gilead Distillery
- Andrew Peller Limited
- Arrive Alive
- Association canadienne des vinificateurs artisanaux
- Association pour la santé publique de l'Ontario
- B&D Deliveries
- Bacardi Canada Inc.
- Beam Canada Inc.
- Bellwoods Brewery
- Black Fly Beverage Company
- Brown Forman Canada
- Bureau de santé de Durham
- Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka
- Cameron's Brewing Company
- Canada's National Brewers
- Cave Springs Cellars
- Centre de toxicomanie et de santé mentale
- Château des Charmes
- Churchill Cellars
- Constellation Brands
- Cooper's Hawk Vineyards
- Corby Spiritueux et vins Limitée
- County Cider Company
- Coyote's Run Estate Winery
- Cruz Deliveries
- Diageo Canada Inc.
- Dial-a-Bottle Hamilton
- Dial-a-Bottle Oakville
- Dilon's Small Batch Distillers
- Drinks Ontario
- Flying Monkeys Craft Brewery
- George II Farms Ltd.
- Global Vintners
- Good Cheer Deliveries
- Grape Growers of Ontario
- Grocery Gateway
- Groupe de travail sur la gestion de la consommation d'alcool dans les municipalités
- Indie Ale House
- KJ Watson Ltd.
- Les Brasseries Labatt du Canada
- Les mères contre l'alcool au volant (MADD Canada)
- Mac's Convenience Stores Inc.
- Mill Street Brewery
- Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
- Ministère de la Sécurité communautaire et des Services correctionnels
- Ministère des Services aux consommateurs
- Ministère du Développement économique, du Commerce et de l'Emploi
- Ministère des Finances
- Ministère de la Santé et des Soins de longue durée
- Ministère du Procureur général
- Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport
- Molson Coors Brewing Company
- Muskoka Brewery
- Ontario Convenience Store Association
- Ontario Craft Brewers Association
- Ontario Craft Cider Association
- Ontario Restaurant Hotel & Motel Association
- Ottawa Distillery Co.
- Peter Mielzynski Agencies (PMA) Canada, Ltd.
- Pommies Dry Cider
- Puddicombe Cider
- Régie des alcools de l'Ontario
- RJ Spagnols
- Rotman School of Management, Université de Toronto
- Sleeman Brewing & Malting Co. Ltd
- Smart Serve Ontario
- Spirit Tree Cidery
- Spirits Canada
- Steam Whistle Brewing
- Still Waters Distillery
- Suncor Énergie Inc.
- The Cork and Vine
- The Cottage Winery
- The Vine Estate Wines
- The Wine Butler
- Thornbury Cidery, Provincial Beverages of Canada
- Toronto Distillery Company
- Vineland Estates Winery
- Vintners Quality Alliance de l'Ontario
- Wine Council of Ontario
- Winery and Grower Alliance of Ontario