

MAI 2016

Rapport de recherche

Faut-il mettre fin au monopole de la SAQ?

Comparaison du commerce des vins et des spiritueux au Québec et en Colombie-Britannique

Julia Posca, *chercheure*

Simon Tremblay-Pepin, *chercheur*

REMERCIEMENTS

Les auteur·e·s tiennent à remercier un ensemble de personnes sans qui l'étude n'aurait pu être. Les commentaires de l'équipe de chercheur·e·s de l'IRIS et les corrections de Martin Dufresne et de Danielle Maire ont rehaussé la qualité de cette étude, tant du point de vue de la forme que du fond. Nous leur transmettons tous nos remerciements. Toutes les erreurs se trouvant encore néanmoins dans ce texte relèvent de l'entière responsabilité des auteur·e·s.

IMPRESSION

Katasoho imprimerie & design
5000 rue d'Iberville #202, Montréal, QC H2H 2S6 514.961.5238 / info@katasoho.com

SOMMAIRE

Dans son rapport publié en août 2015, la Commission de révision permanente des programmes proposait de libéraliser davantage la vente d'alcool au Québec en permettant à des magasins privés de lui faire concurrence en vendant les produits disponibles à la SAQ. Selon la commission, une telle libéralisation permettrait de réduire les coûts d'administration de la SAQ et d'offrir des prix plus bas aux consommateurs et consommatrices tout en maintenant des dividendes gouvernementaux élevés. En comparant la Colombie-Britannique – où la vente d'alcool a été libéralisée – et le Québec, la présente étude démontre que l'extension de la libéralisation de la vente d'alcool ne serait pas une politique avantageuse pour le Québec.

Principales conclusions

- En nous rendant en Colombie-Britannique et en vérifiant le prix de 584 bouteilles d'alcool, nous avons constaté que les prix des magasins privés de la Colombie-Britannique sont 9,6 % plus élevés que ceux des magasins publics de cette province et 6,7 % que ceux de la SAQ. Les prix de la SAQ et des magasins publics de la Colombie-Britannique sont, quant à eux, à peu de chose près les mêmes (une différence inférieure à 3 %). Il est donc faux de prétendre qu'en Colombie-Britannique, le privé offre des prix plus bas.
- En fait, le réseau de distribution, la capacité de stockage et la dimension des magasins publics font qu'il est reconnu en Colombie-Britannique – même par certain·e·s employé·e·s des établissements privés – que l'ancien monopole offre toujours les meilleurs prix.
- Les fluctuations de l'indice des prix à la consommation ne nous permettent de confirmer que l'approfondissement de la libéralisation de l'alcool en Colombie-Britannique aurait mené à une diminution du prix de l'alcool en Colombie-Britannique.
- Depuis 1997, la Colombie-Britannique a vu le prix du vin diminuer plus vite que celui du Québec, tandis que le Québec a vu les prix de ses spiritueux diminuer plus vite que ceux de la Colombie-Britannique.
- Par contre, tant dans le vin que dans les spiritueux, les Québécois·es ont vu leur consommation augmenter plus rapidement qu'en Colombie-Britannique. Les prix pratiqués par la SAQ ne poussent donc pas ses client·e·s à diminuer leur consommation, bien au contraire.
- Il est vrai d'affirmer que la libéralisation n'a pas empêché la Colombie-Britannique de maintenir les revenus qu'elle percevait grâce à l'alcool; par contre, le régime en place au Québec a quant à lui permis de grandement augmenter les revenus du gouvernement.

Table des matières

SOMMAIRE	03
LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES	07
LISTE DES SIGLES	09
INTRODUCTION	11
CHAPITRE 1 – BREF APERÇU HISTORIQUE DE LA VENTE AU DÉTAIL D’ALCOOL EN COLOMBIE-BRITANNIQUE	13
La réforme réglementaire de 2002	13
CHAPITRE 2 – COMPARAISON DE LA VENTE DE PRODUITS ALCOOLIQUES AU QUÉBEC ET EN COLOMBIE-BRITANNIQUE À PARTIR DE DONNÉES MACROÉCONOMIQUES	17
L'évolution des prix du vin et des spiritueux au Québec et en Colombie-Britannique selon les données de l'IPC	17
L'évolution de la consommation du vin et des spiritueux au Québec et en Colombie-Britannique	20
Que peut-on conclure de l'étude de la fluctuation des prix et des habitudes de consommation ?	23
L'évolution des frais d'administration de la SAQ et du BCLS	23
L'évolution des revenus gouvernementaux tirés de la vente d'alcool	24
CHAPITRE 3 – COMPARAISON DU PRIX DE CERTAINS PRODUITS EN COLOMBIE-BRITANNIQUE ET AU QUÉBEC	27
Méthodologie	27
Résultats quantitatifs	28
Observations et remarques qualitatives	31
CONCLUSION	33
LEXIQUE	35
NOTES	37
ANNEXE 1 – ADRESSES DES ÉTABLISSEMENTS VISITÉS	41

LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES

GRAPHIQUE 1	Croissance cumulative des permis de vente d'alcool accordés à des magasins privés, Colombie-Britannique, janvier 2003-septembre 2005	14
GRAPHIQUE 2	IPC du vin vendu en magasin, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)	18
GRAPHIQUE 3	IPC des spiritueux vendus en magasin, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)	18
GRAPHIQUE 4	Croissance de l'IPC du vin, dont est soustrait l'IPC d'ensemble sans les produits alcooliques, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)	19
GRAPHIQUE 5	Croissance de l'IPC des spiritueux, dont est soustrait l'IPC d'ensemble sans les produits alcooliques, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)	19
GRAPHIQUE 6	Dollars dépensés par personne en vin acheté en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	20
GRAPHIQUE 7	Prix du vin par litre acheté en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	20
GRAPHIQUE 8	Nombre de litres de vin par personne achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	21
GRAPHIQUE 9	Dollars dépensés par personne en spiritueux achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	21
GRAPHIQUE 10	Prix des spiritueux par litre achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	22
GRAPHIQUE 11	Nombre de litres de spiritueux par personne achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	22
GRAPHIQUE 12	Part des litres de produits vendus par type d'alcool (en pourcentage), SAQ et BCLS, 2014	23
GRAPHIQUE 13	Part des ventes nettes que représentent les coûts d'administration(en pourcentage), SAQ et BCLS, 1997-2014	24
GRAPHIQUE 14	Revenus gouvernementaux provenant de la vente d'alcool par personne (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	25
GRAPHIQUE 15	Revenus gouvernementaux provenant de la vente d'alcool par litre (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013	25
TABLEAU 1	Produits ciblés par notre étude de prix	27

GRAPHIQUE 16	Prix moyen des produits pour l'ensemble des établissements (en dollars), Québec et Colombie-Britannique	29
GRAPHIQUE 17	Prix moyen selon le type de produit (en dollars), Québec et Colombie-Britannique	30
GRAPHIQUE 18	Prix moyen des produits selon la taille de la ville et celle de l'établissement (en dollars), Québec et Colombie-Britannique	30
GRAPHIQUE 19	Prix moyen selon le type de magasin (en dollars)	30

LISTE DES SIGLES

BC VQA	British Columbia Vintners Quality Alliance
BCGEU	British Columbia Government and Service Employees Union
BCLS	BC Liquor Stores
CRPP	Commission de révision permanente des programmes
IPC	Indice des prix à la consommation
IRIS	Institut de recherche et d'informations socioéconomiques
LCB	Liquor Control Board
LDB	British Columbia Liquor Distribution Branch
SAQ	Société des alcools du Québec

Introduction

En août dernier, la Commission de révision permanente des programmes (CRPP), présidée par Lucienne Robillard, déposait un rapport qui proposait de libéraliser le commerce du vin et des spiritueux au Québec. C'est à la suite de la publication de ces conclusions que nous avons mené la présente étude. Pour aider à mieux saisir notre démarche, voyons d'abord rapidement sur quels arguments se fonde la Commission pour faire une telle proposition.

Le rapport de la CRPP consacre 17 pages¹ à la Société des alcools du Québec (SAQ). Sur ces 17 pages, seulement six présentent sa proposition de libéralisation de la SAQ. Dans ces six pages, on ne trouve que deux données pour appuyer cette recommandation : les coûts d'administration sur les ventes totales et les coûts salariaux sur les ventes totales, ce qui, au bout du compte, revient à la même donnée, les coûts d'administration étant surtout des coûts salariaux. Le raisonnement de la Commission, mené en quelques phrases, tient à ceci : l'administration de la SAQ coûte plus cher que celle d'entreprises comparables ; en conséquence, il faudrait libéraliser la vente de vins et de spiritueux pour encourager la SAQ, par le biais de la concurrence, à réduire à la fois ses prix et ses coûts d'administration. La diminution conséquente des profits de la SAQ serait compensée par une augmentation des taxes afin de maintenir les recettes de l'État.

On remarque trois postulats à la base de ce jugement : la SAQ a des frais d'administration trop élevés ; la libéralisation ferait diminuer à la fois les prix et les coûts d'administration ; et une SAQ libéralisée pourrait rapporter autant que la SAQ actuelle à l'État québécois. Dans la présente étude, l'Institut de recherche et d'informations socioéconomiques (IRIS) se penche sur ces arguments et tente d'en vérifier la validité en comparant les ventes d'alcool en Colombie-Britannique et au Québec. Nous avons choisi la Colombie-Britannique parce que la vente d'alcool y a été libéralisée récemment et parce que la Commission elle-même met de l'avant cet exemple dans son rapport.

Notre étude est répartie sur trois chapitres. D'abord, nous verrons rapidement l'histoire de la vente d'alcool en Colombie-Britannique. Ensuite, nous présenterons l'évolution des prix, de la consommation d'alcool, des coûts administratifs et des revenus gouvernementaux liés à la vente d'alcool dans chacune des deux provinces. Enfin, nous comparerons, à partir d'une étude de prix que nous avons réalisée en Colombie-Britannique, le prix de produits identiques en Colombie-Britannique et au Québec.

CHAPITRE 1

Bref aperçu historique de la vente au détail d'alcool en Colombie-Britannique

L'évolution^a de la vente d'alcool en Colombie-Britannique peut être interprétée comme l'ensemble des transformations législatives qui, au gré des changements de mentalités, ont fait tomber les restrictions créées par la prohibition au début du 20^e siècle. Les modifications survenues dans les dernières décennies sont aussi le reflet de la pression exercée par certains groupes pour une libéralisation accrue de la vente au détail des produits alcooliques.

Entrée en vigueur en 1917, la loi prohibant la vente d'alcool en Colombie-Britannique est devenue caduque en 1921, après que la population se soit exprimée sur le sujet par voie de référendum et ait consenti à ce qu'un monopole sur la vente soit accordé au gouvernement de la province. Le Liquor Control Board (LCB) distribue dès 1925 des licences permettant aux hôtels de vendre de l'alcool à l'intérieur de tavernes aménagées dans leurs locaux, tandis que le feu vert à l'établissement de pubs de quartier est donné dans les années 1970. Le LCB est scindé en 1975, créant la Liquor Distribution Branch (LDB). Les premières agences rurales voient aussi le jour cette année-là. L'apparition des magasins privés (*licensee retail store*, aussi appelé *private liquor store* ou *cold beer and wine store*) date de 1985, lorsque les pubs et les hôtels obtiennent le droit de vendre de l'alcool au détail. Seule la vente de bière et de vin leur est autorisée, la société d'État se réservant le privilège de vendre des spiritueux. Dix ans plus tard, une nouvelle catégorie de permis est créée, qui permet à certains établissements de ne vendre au détail que du vin produit en Colombie-Britannique, d'appellation BC VQA (British Columbia Vintners Quality Alliance).

En 1992, le gouvernement impose un moratoire sur l'octroi de nouveaux permis à des établissements privés. L'objectif de ce gel est d'éviter que des débits de boisson n'apparaissent à tous les coins de rue. En ce sens, l'ancien député libéral Tex Enemark, qui a piloté plusieurs réformes réglementaires en matière de vente d'alcool, explique que cette directive est conforme à la logique de plusieurs autres éléments de la législation britanno-colombienne, c'est-à-dire faire en sorte que les bénéfices de l'encadrement de la vente de l'alcool soient supérieurs aux problèmes sociaux qu'engendre sa consommation².

LA RÉFORME RÉGLEMENTAIRE DE 2002

Au début des années 2000, la croissance en Colombie-Britannique est anémique, comme dans le reste du Canada et des États-Unis, à cause du climat de méfiance subséquent au 11 septembre 2001. Les revenus de l'État sont en baisse, notamment ceux provenant des sociétés de la Couronne, et le déficit s'accroît. Par contre, les revenus provenant de la LDB et de la B.C. Lottery Corp. sont en hausse malgré la morosité économique ambiante³.

Des élections sont déclenchées en 2001 sur fond de scandales impliquant le premier ministre néo-démocrate Glen Clark. Le Parti libéral, alors dirigé par Gordon Campbell, est élu avec une écrasante majorité. Le nouveau premier ministre s'entoure notamment de gens issus du secteur des ressources naturelles et de l'entourage du premier ministre albertain de l'époque, le progressiste-conservateur Ralph Klein⁴. Rick Thorpe, qui est nommé ministre de la Compétition, de la Science et de l'Entreprise, a pour sa part travaillé pendant 22 ans dans l'industrie brassicole et cinq ans dans celle du vin avant de piloter la réforme réglementaire du commerce de l'alcool qui sera instaurée en 2002.

En réponse au contexte économique difficile, le Parti libéral propose un vaste programme de réduction des

^a La chronologie présentée ci-après est en grande partie tirée de la page « B.C. Liquor Policy Reviews », qui se trouve sur le site Internet du gouvernement de la Colombie-Britannique (<http://engage.gov.bc.ca/liquorpolicyreview/history/>).

dépenses publiques et un allègement des règles bureaucratiques dans divers secteurs du gouvernement. Il affiche une volonté de réduire les impôts afin, dit-il, de stimuler la croissance⁵. Quant au commerce de l'alcool, le gouvernement souhaite, malgré les bonnes performances de la LDB, se retirer progressivement de ce secteur afin de se concentrer sur la perception de revenus (par la taxation) et la sécurité publique⁶. Rick Thorpe affirme que le gouvernement ne possède « aucun talent particulier dans la vente, l'entreposage ou la distribution de l'alcool⁷ ». Le projet mis de l'avant consiste à fermer progressivement les magasins opérés par la LDB et à ouvrir la porte à de nouveaux détaillants privés. Le gouvernement demeurerait le seul grossiste autorisé pour les produits alcooliques, afin de s'assurer un contrôle sur les prix de l'alcool et donc sur les revenus que l'État peut en tirer⁸.

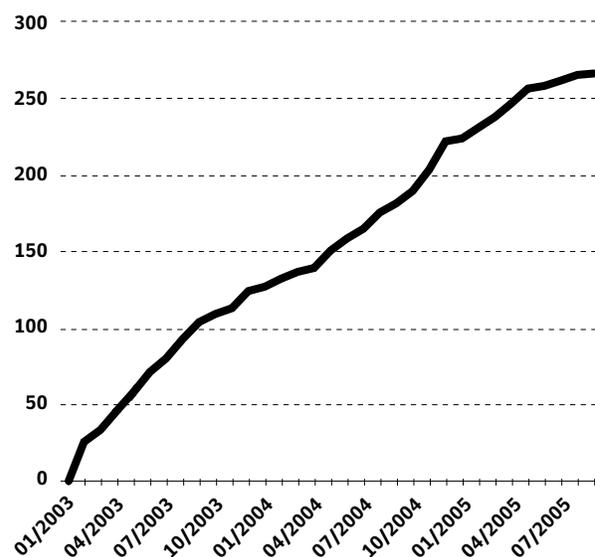
Ce faisant, le gouvernement Campbell prend le parti des groupes qui militent pour une plus grande libéralisation du secteur, tels que la B.C. Restaurant and Foodservices Association, la Fédération canadienne des contribuables et la Coalition of B.C. Businesses, qui prétendent que le privé est plus efficace et pourrait offrir des prix plus bas⁹. À l'inverse, les critiques de cette libéralisation accrue, telle la B.C. Government and Service Employees Union (BCGEU) ou la B.C. Federation of Labour, craignent qu'elle ne s'accompagne d'une hausse des prix, d'une diminution du choix dans les petites communautés, d'une détérioration des conditions de travail et d'une augmentation des problèmes de santé et de sécurité publique¹⁰. Des microbrasseries s'inquiètent aussi de l'avantage qui serait donné aux gros producteurs dans un système où il n'y aurait que des détaillants privés¹¹, tandis que d'autres comme l'Association des distillateurs canadiens, qui souhaite que les magasins privés puissent vendre des spiritueux, ne considèrent pas pour autant la disparition prévue des magasins du gouvernement comme un atout pour le commerce de l'alcool¹².

Le nouveau cadre réglementaire est introduit en 2002. Il permet notamment aux établissements détenant une licence de magasin de vente au détail d'alcool, soit les hôtels et les pubs, de vendre également des spiritueux au détail. La réglementation est aussi allégée et les heures d'ouverture permises, prolongées. Le moratoire^a de 1992 est levé durant quelques mois pour accueillir les demandes de permis en vertu de ces nouvelles règles. Le graphique 1 présente l'évolution du nombre de demandes approuvées

entre 2003 et 2005. Au moment du dépôt de cette nouvelle loi, la Colombie-Britannique comptait 223 magasins gouvernementaux, 143 agences rurales, 288 magasins privés de bière et vin, 96 magasins spécialisés en vin et 23 points de vente dans des brasseries et vineries.

Graphique 1

Croissance cumulative des permis de vente d'alcool accordés à des magasins privés, Colombie-Britannique, janvier 2003-septembre 2005



SOURCE Consumers' Association of Canada, *British Columbia's Liquor Distribution System "Does it work for consumers?"*, mars 2006, p. 9, www.bcgeu.ca/sites/default/files/Resourcscac_LDB_study06.pdf

Aucune taxe spécifique sur l'alcool n'est introduite lors de cette réforme réglementaire, même si dans le budget de 2002, les libéraux font passer la taxe de vente provinciale de 7 % à 7,5 %. Le gouvernement contrôle cependant en partie le niveau des prix en fixant un prix au détail plancher, qui est le prix au-dessus duquel les magasins privés doivent vendre leurs produits. Au moment de la réforme de 2002, le prix au détail devait équivaloir au prix du gros plus 53 % pour la bière, 110 % pour le vin et 159 % pour les spiritueux¹³. En clair, cela signifie que pour une bouteille de vin dont le prix de gros serait de 1 \$, le prix au détail avant les taxes devrait être au minimum de 2,10 \$ (1 \$ + 1,10 \$). Ces taux ont d'ailleurs été augmentés de 3 % en 2004 (la première hausse depuis 1996). La LDB consentait toutefois aux

^a Il est à noter que ce moratoire est toujours en vigueur (jusqu'au 1^{er} avril 2022), de même qu'un moratoire sur l'octroi de permis pour un magasin de vente au détail de vin (*wine store*).

détaillants privés un rabais sur ce prix^a. En 2003, ce rabais est passé de 10 % à 12 % pour leur permettre de mieux concurrencer les magasins publics.

La privatisation complète de la vente au détail de l'alcool est finalement stoppée fin 2003 en échange de concessions de la part du BCGEU, auquel sont affiliés les employés du BC Liquor Stores (BCLS), lors d'une ronde de négociation avec le gouvernement¹⁴. À ce jour, le projet d'une privatisation complète n'a pas été mené à terme. La réforme de 2002 a donc surtout été l'occasion de fermer une poignée de magasins du gouvernement, tout en permettant à de nouveaux établissements privés d'ouvrir leurs portes.

Le cadre réglementaire britanno-colombien pour le commerce de l'alcool est en constante évolution. Une nouvelle réforme, entrée en vigueur le 1^{er} avril 2015, permet notamment aux magasins de vente au détail d'alcool et à ceux spécialisés dans le vin de relocaliser sous certaines conditions leur commerce à l'intérieur d'une épicerie, en plus de modifier le système de fixation des prix¹⁵. En 2015, on pouvait, en Colombie-Britannique, se procurer de l'alcool dans des magasins opérés par le gouvernement (199), des magasins privés de vente au détail d'alcool ou spécialisés en vin (671), dans certaines épiceries, dans des distilleries, vineries et brasseries, ainsi que dans des agences localisées dans certaines petites épiceries en zone rurale, pour un total de 1439 points de vente à travers la province.

En comparaison, rappelons pour terminer que le marché québécois est déjà en partie libéralisé. En effet, la bière et certains types de vin sont vendus en dépanneur et en épicerie. À cet égard, la Colombie-Britannique a, sur certains aspects, choisi de rejoindre le Québec en matière de libéralisation lors de sa transformation réglementaire de 2002. Comme on le sait, le Québec a aussi un grand nombre d'agences de la SAQ, soit des commerces privés qui vendent de l'alcool dans des régions où la SAQ n'est pas présente. Ainsi, la grande différence entre le Québec et la Colombie-Britannique est la présence de commerces privés pratiquant la vente de vin et de spiritueux dans les villes où est déjà présente l'entreprise d'État. C'est cette extension de la libéralisation qui intéresse la Commission de révision permanente des programmes et c'est sur celle-ci que notre étude se penchera.

^a Selon le type de licence, ce rabais valait de 12 % à 30 % avant la réforme de 2015.

CHAPITRE 2

Comparaison de la vente de produits alcooliques au Québec et en Colombie-Britannique à partir de données macroéconomiques

L'ÉVOLUTION DES PRIX DU VIN ET DES SPIRITUEUX AU QUÉBEC ET EN COLOMBIE-BRITANNIQUE SELON LES DONNÉES DE L'IPC

Pour évaluer l'effet de la libéralisation accrue de l'alcool en Colombie-Britannique sur les prix de ces produits, nous pouvons faire usage des données rassemblées par Statistique Canada pour la mesure de l'indice des prix à la consommation (IPC). En effet, Statistique Canada diffuse des données spécifiques sur l'alcool vendu en magasin et les sépare entre le vin, la bière et les spiritueux. Ces données sont disponibles séparément par province. Ainsi, il nous est possible de comparer l'évolution des prix du vin et des spiritueux^a au Québec et en Colombie-Britannique avant et après la réforme réglementaire survenue en 2002 en Colombie-Britannique. Nous nous concentrerons donc sur la période allant de 1997 à 2015.

Bien sûr, les données de l'IPC ont des limites, c'est d'ailleurs pourquoi nous ne fonderons pas notre analyse uniquement sur celles-ci. La première limite, importante, est qu'il s'agit de données relatives. On y suit l'évolution des prix à partir d'un univers de prix donné : on peut dire grâce à l'IPC que les prix du Québec sont X % plus élevés que l'an dernier, mais on ne peut pas dire qu'ils sont X % plus ou moins chers que ceux de la Colombie-Britannique. On peut seulement affirmer que les prix du Québec ont augmenté plus ou moins vite que ceux de la Colombie-Britannique, sans pour autant savoir quels étaient les prix de départ en valeur absolue. Pour obtenir cette information, il faudrait se rendre en Colombie-Britannique et comparer les prix de l'alcool

qu'on y trouve avec ceux de l'alcool vendu au Québec. C'est ce à quoi sera consacré le chapitre suivant.

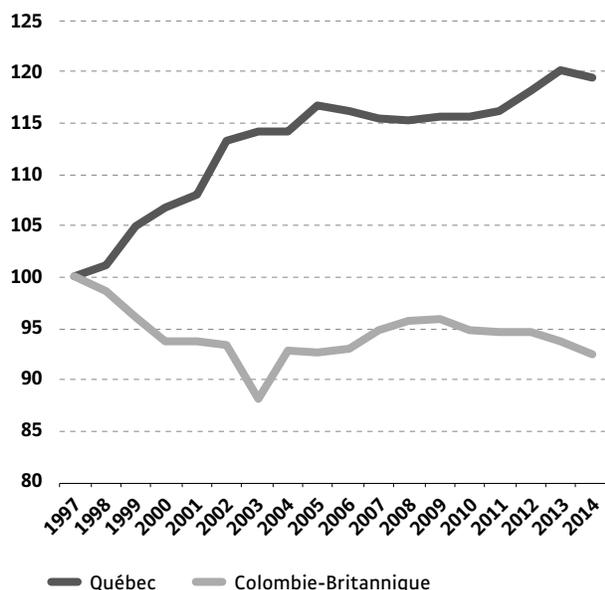
Une autre limite des données de l'IPC réside dans le fait qu'elles ne permettent pas de distinguer ce qui cause les fluctuations des prix. Est-ce le marché intérieur ? Est-ce le marché international ? Est-ce la fluctuation du taux de change ? Plus important encore, ces fluctuations sont-elles causées par des hausses de taxes ? Comme nous l'avons signalé dans une étude précédente à propos de l'Alberta, les hausses de taxes spécifiques sur l'alcool font partie du programme de réforme albertain des années 1990¹⁶ et elles font partie, rappelons-le, de la proposition contenue dans le rapport actuel de la CRPP¹⁷ que nous étudions maintenant. De plus, comme nous l'avons vu plus haut, dans le cas de la Colombie-Britannique, les quelques hausses de taxes qui ont eu lieu ne sont pas majeures. Pour évaluer l'effet de la privatisation à l'albertaine, il fallait conserver ces éléments, il le faut encore ici. C'est le prix total que les gens paient qui nous intéresse, peu importe qu'il augmente à cause d'un mode de vente ou d'une augmentation des taxes.

Une autre limite des données de l'IPC est que leur fluctuation peut être causée par des changements d'habitudes des consommateurs et consommatrices d'alcool. Si les gens achètent davantage de vins de grand cru ou d'alcools fins, l'enquête de Statistique Canada nous dira que les prix augmentent alors que les prix en magasin n'ont pas bougé. Il est impossible de répondre à ces questions avec précision et savoir ce qui cause les fluctuations de prix. Pour éclaircir une partie du problème, nous étudierons les données disponibles sur la consommation d'alcool dans les deux économies étudiées pour contrôler ces variables, bien que, comme nous le verrons, ces données aient d'importantes limites.

Voyons d'abord la variation du prix du vin et des spiritueux vendus en magasin en Colombie-Britannique et

^a Comme la vente de bière est déjà libéralisée au Québec, nous nous concentrerons uniquement sur le vin et les spiritueux.

Graphique 2

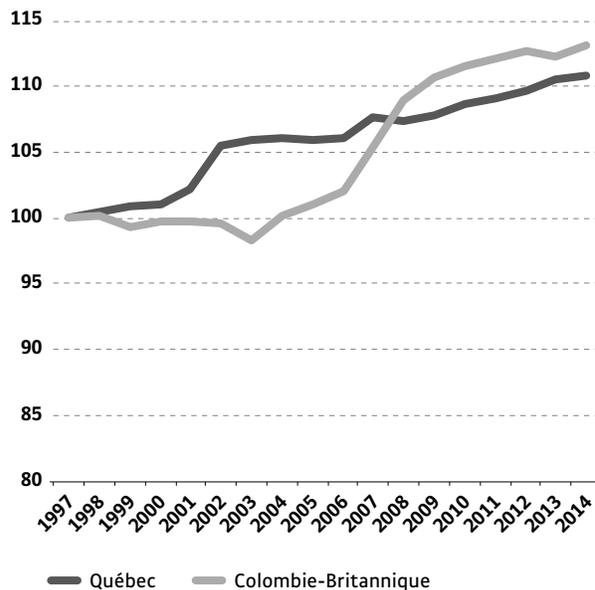
IPC du vin vendu en magasin, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)SOURCE Statistique Canada, CANSIM, *Tableau 326-0021*.

au Québec, telle que publiée par Statistique Canada. Le graphique 2 nous présente cette variation pour le vin.

Premier constat : le prix du vin vendu en magasin augmente au Québec et diminue en Colombie-Britannique. Ainsi, on pourrait croire que la libéralisation tend à faire diminuer les prix. Cependant, si on tient compte de la périodisation, le graphique 2 brosse un tout autre portrait. En effet, en Colombie-Britannique, le prix du vin a diminué de façon importante de 1997 à 2002, perdant près de 12 % de sa valeur. À partir de 2002, moment de la libéralisation accrue du marché, on le voit plutôt augmenter. Il stagne ensuite de 2007 à 2012, où il entreprend une légère descente. Pendant ce temps, au Québec, le prix croît rapidement de 1997 à 2005 en augmentant de 15 %, moment à partir duquel il stagne. En 2011, la montée reprend, mais elle semble fléchir dès 2013. Bien sûr, le prix du vin ne dépend pas que du Québec et de la Colombie-Britannique; comme il s'agit d'un marché mondial, ses fluctuations sont expliquées par d'autres facteurs^a. Pour le moment, nous voyons donc en Colombie-Britannique le prix du vin baisser avant 2002 – alors que le Québec voit

a Il est aussi possible de trouver des facteurs propres aux économies étudiées, par exemple l'exigence de rendement imposée à la SAQ par le gouvernement du Québec, qui la pousse à augmenter ses prix.

Graphique 3

IPC des spiritueux vendus en magasin, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)SOURCE Statistique Canada, CANSIM, *Tableau 326-0021*.

quant à lui ce prix augmenter – pour ensuite voir son prix hausser puis stagner, suivant alors le même mouvement que le Québec. Au début des années 2010, les tendances se séparent à nouveau, le Québec connaissant une nouvelle remontée et la Colombie-Britannique une baisse. Enfin, on note aussi en 2003 une baisse et une remontée très soudaine du prix du vin en Colombie-Britannique qui peut avoir été causée par plusieurs facteurs^b. Mais cet élément ne doit pas retenir notre attention, puisqu'il est fort probable qu'il s'agisse d'une aberration dans la série de données et non d'une évaluation réelle du prix de 2003.

Voyons maintenant, grâce au graphique 3, la fluctuation du prix des spiritueux en Colombie-Britannique et au Québec.

Ici, il semble plutôt que ce soit le Québec qui, en bout de piste, ait vu le prix de ses spiritueux croître moins rapidement. Cependant, là encore, il est important de voir l'évolution temporelle de cette croissance. De 1997 à 2002, le prix des spiritueux au Québec croît de 5 %; pendant ce temps, le prix des spiritueux stagne en

b Le fait que Statistique Canada utilise l'année précédente (2002) comme base de son calcul de l'IPC peut, par exemple, avoir entraîné des irrégularités.

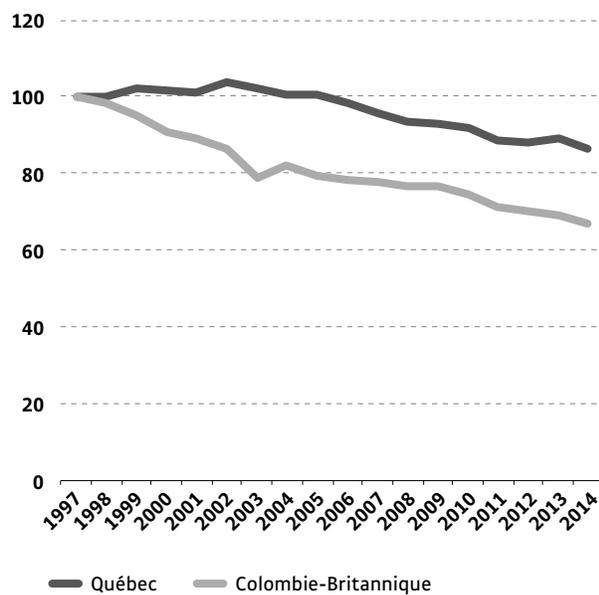
Colombie-Britannique, alors sous monopole d'État. De 2002 à 2014, le Québec connaîtra une croissance très lente du prix de ses spiritueux : il lui faudra 12 ans pour accomplir la même croissance qu'entre 1997 et 2002. À l'inverse, après la libéralisation de l'alcool en Colombie-Britannique, cette province rattrape et finalement dépasse le Québec en 2008, connaissant une croissance totale sur cette période de 13 % alors que le Québec ne gagne que 11 %.

Cela dit, la croissance du prix de l'alcool ne se produit pas isolément, en dehors du reste des prix. Il est possible que l'ensemble des prix croissent plus vite dans une économie que dans une autre. Il est donc pertinent d'observer les fluctuations des prix de l'alcool relativement aux autres prix. Pour vérifier ce qu'il en est, on peut mesurer la différence entre la croissance des prix de l'alcool et celui du reste des prix d'une économie ; on obtient alors, pour le vin, le graphique 4, qui offre un tout autre portrait que celui présenté au graphique 2.

Premier constat : sur la période étudiée, le prix du vin a augmenté moins rapidement que celui des autres produits dans les deux économies ; le vin est donc relativement de moins en moins cher par rapport au reste des biens. Deuxième constat : on remarque que la différence entre l'inflation des prix du vin et celle des autres produits est

Graphique 4

Croissance de l'IPC du vin, dont est soustrait l'IPC d'ensemble sans les produits alcooliques, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)



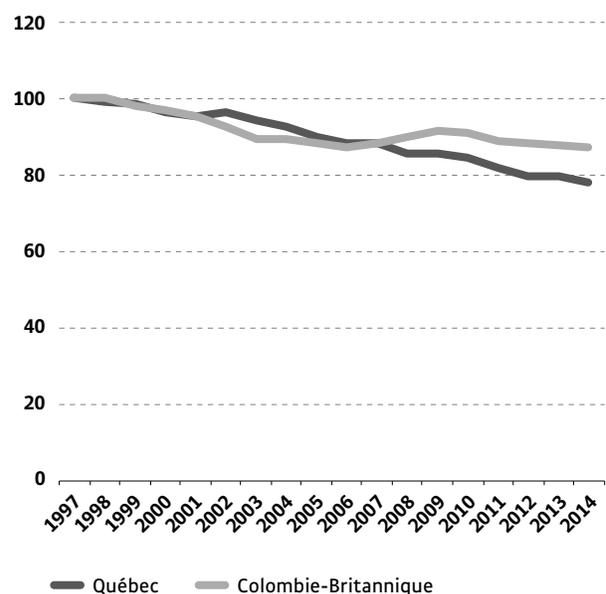
SOURCE Statistique Canada, CANSIM, *Tableau 326-0021*.

plus importante au Québec qu'en Colombie-Britannique, puisque le Québec voit sa courbe de prix décroître au lieu de croître, comme elle le faisait au graphique 2, et se rapprocher considérablement de celle de la Colombie-Britannique. Au Québec, le fléchissement du prix du vin a cependant débuté plus tard (2002) qu'en Colombie-Britannique, qui manifeste cette tendance depuis le début de la période de référence. Cependant, il est pertinent de noter que cette décroissance suit un rythme annuel moyen légèrement plus lent depuis la libéralisation britanno-colombienne (-2,1 %) qu'avant celle-ci (-2,8 %). Par contre, il est aussi intéressant de noter que depuis que le Québec a amorcé une décroissance des prix en 2002, celle-ci est moins rapide (-1,5 %) que celle de la Colombie-Britannique libéralisée. Le graphique 5 présente la même tendance, mais cette fois pour les spiritueux.

Ici aussi, on peut constater une décroissance du prix des spiritueux relativement aux autres biens sur toute la période, tant au Québec qu'en Colombie-Britannique. Cette dernière connaît encore ici une évolution en deux temps, avant 2003 et après. Avant 2003, le prix de ses spiritueux décroît relativement aux autres produits, et ce, plus rapidement qu'au Québec avec un rythme

Graphique 5

Croissance de l'IPC des spiritueux, dont est soustrait l'IPC d'ensemble sans les produits alcooliques, Québec et Colombie-Britannique, 1997-2014 (base 100 = 1997)



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, *Tableau 326-0021*.

annuel moyen de -1,5 %. Après 2003, ses prix stagnent jusqu'en 2014 (ils connaissent en fait une croissance annuelle de -0,4 %). Au Québec, cependant, les prix présentent un rythme constant de décroissance relative sur toute la période.

Donc, sur la période étudiée, les prix du vin ont décliné plus vite en Colombie-Britannique qu'au Québec. Pour les spiritueux, c'est plutôt l'inverse, le Québec ayant connu une diminution plus marquée. Cependant, il est important de noter que dans les deux cas, la Colombie-Britannique connaît une décroissance des prix plus importante pendant sa période de quasi-monopole que pendant sa période libéralisée.

L'ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DU VIN ET DES SPIRITUEUX AU QUÉBEC ET EN COLOMBIE-BRITANNIQUE

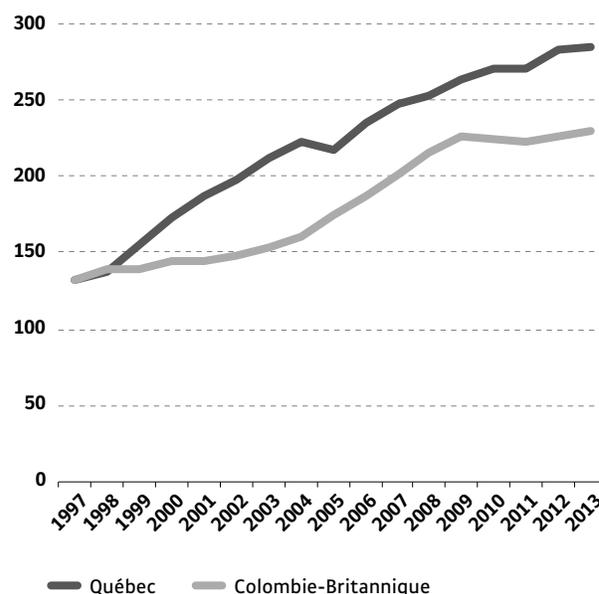
Les fluctuations de prix que nous venons de décrire pourraient être, au moins en partie, causées par des variations dans les habitudes de consommation des gens, et c'est ce que nous tenterons d'examiner dans cette section. Le graphique 6 est une comparaison de la dépense par personne pour le vin au Québec et en Colombie-Britannique. Ce graphe ne nous permet pas d'inférer de conclusions sur la cause des fluctuations de prix (les gens dépensent-ils plus ou moins en raison du prix ou le prix fluctue-t-il en fonction de leur consommation?), mais il nous permet d'entrevoir l'interaction entre ces deux dynamiques.

Alors que les habitants des deux provinces dépensaient en 1997 environ 132 \$ annuellement en vin, le Québec a vu ses dépenses par personne croître beaucoup plus rapidement que la Colombie-Britannique jusqu'en 2002. De 2003 à 2009, les deux courbes croissent à la même vitesse; à partir de 2010, la Colombie-Britannique recommence à stagner. Au bout du compte, la dépense annuelle de vin par personne est passée de 132 \$ à 284 \$ au Québec (une croissance de 116 %) tandis que la Colombie-Britannique passait de 133 \$ à 230 \$ (une croissance de 73 %). Cette évolution peut refléter deux phénomènes : soit les gens achètent plus de vin, soit les gens achètent du vin plus cher. Vérifions cette deuxième possibilité avec le graphique 7 qui présente le prix du vin par litre acheté en magasin.

Le montant payé par litre n'a pas du tout suivi la même fluctuation que la dépense par personne. En effet, tant au Québec qu'en Colombie-Britannique, le prix du litre de vin a relativement stagné surtout en comparaison avec la dépense, le Québec connaissant une croissance de 17 %

Graphique 6

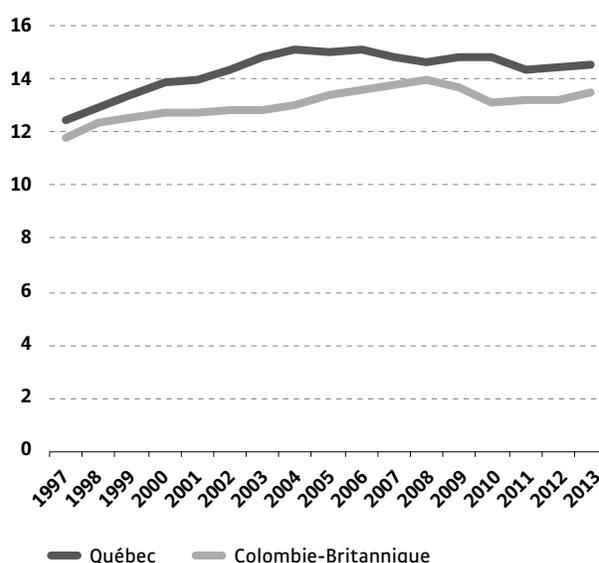
Dollars dépensés par personne en vin acheté en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0015 et 051-0001, calcul des auteurs.

Graphique 7

Prix du vin par litre acheté en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0015 et 051-0001, calcul des auteurs.

(passant de 12,37 \$ le litre à 14,52 \$) et la Colombie-Britannique de 15 % (passant de 11,76 \$ le litre à 13,49 \$). Donc l'hypothèse selon laquelle l'augmentation du prix payé par personne s'expliquerait par le fait que les gens achètent du vin plus cher ne se vérifie pas. Si le prix par litre n'a pas connu une croissance importante, il se peut que la hausse de la dépense par personne soit causée par le nombre de litres consommés par personne, donnée illustrée au graphique 8.

Alors qu'en 1997, le Québec affichait une consommation de vin par personne légèrement inférieure à celle de la Colombie-Britannique (10,6 litres contre 11,3 litres), la situation a bien changé en 2013 alors que le Québec consomme 19,6 litres de vin par personne (une croissance de 84 %), tandis que la Colombie-Britannique en consomme maintenant 17,1 litres (une croissance de 52 %).

Donc, les Québécois·es ont vu leur dépense en vin augmenter plus rapidement que celle des Britannico-Colombien·ne·s parce que leur dépense par litre a augmenté légèrement plus vite, mais, surtout, parce que la quantité de vin qu'ils achètent chaque année a augmenté beaucoup plus rapidement. S'il n'est pas possible de juger si c'est le prix qui détermine la consommation ou la

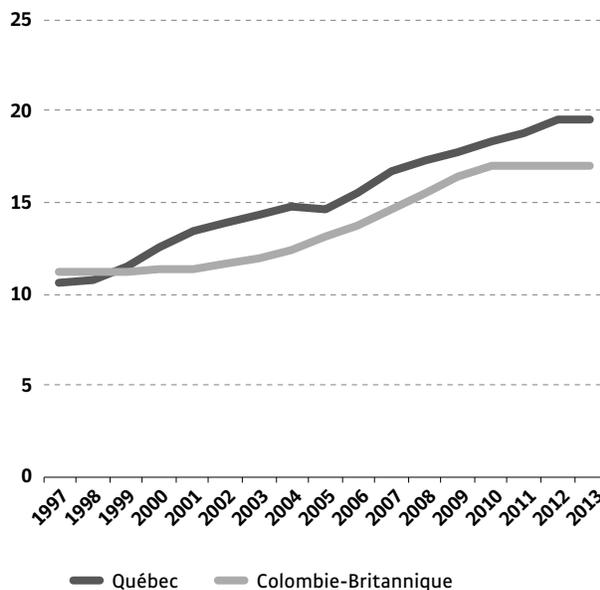
consommation qui détermine le prix, nous constatons néanmoins que malgré des prix qui diminuent moins vite, le Québec voit sa consommation de vin augmenter plus rapidement que celle de la Colombie-Britannique. Il ne semble donc pas que le niveau des prix du vin au Québec décourage la consommation de ce produit; bien au contraire, cette consommation augmente.

Voyons maintenant quelle a été l'évolution de la consommation de spiritueux au Québec et en Colombie-Britannique, en commençant avec le graphique 9 qui retrace l'évolution de la dépense par personne.

Alors que pour le vin, le Québec et la Colombie-Britannique affichaient des chiffres relativement semblables, la dépense par personne passe du simple au double pour ce qui est des spiritueux. Contrairement aussi à l'évolution du vin, où le Québec a distancé la Colombie-Britannique avec le temps, les positions relatives des deux provinces sont restées à peu près stables en matière de spiritueux. Néanmoins, la dépense moyenne annuelle du Québec a augmenté de 31 % (passant de 67 \$ à 87 \$), tandis que celle de la Colombie-Britannique a augmenté de 11 % (passant de 171 \$ à 190 \$).

Graphique 8

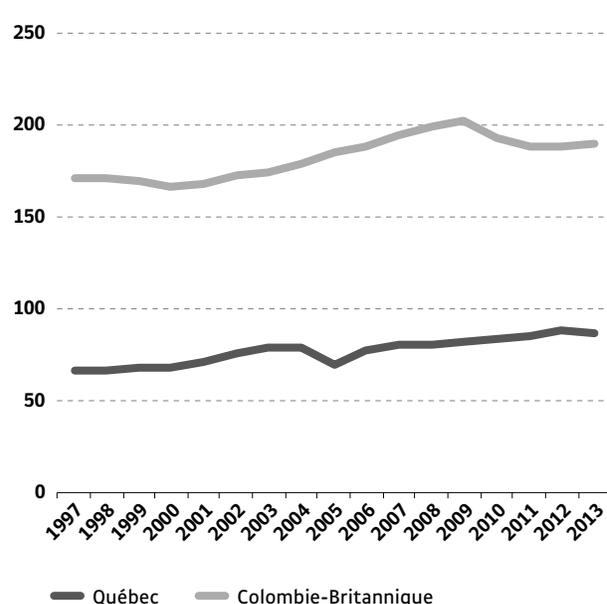
Nombre de litres de vin par personne achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0015 et 051-0001, calcul des auteurs·es.

Graphique 9

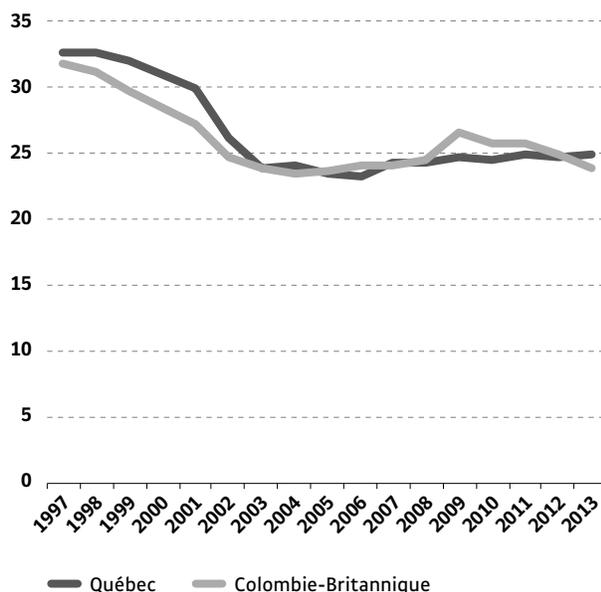
Dollars dépensés par personne en spiritueux achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0015 et 051-0001, calcul des auteurs·es.

Graphique 10

Prix des spiritueux par litre achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableau 183-0015, calcul des auteur·e·s.

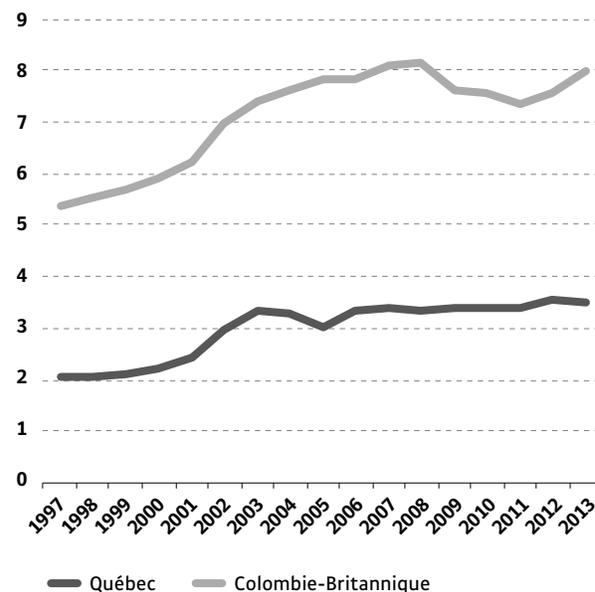
Comme pour le vin, cette légère croissance de la dépense par personne s'explique soit parce qu'ils achètent des spiritueux plus coûteux, soit parce que les gens achètent une plus grande quantité de ces alcools. Le graphique 10 nous présente l'évolution du montant dépensé pour chaque litre de spiritueux.

La dépense par litre a suivi une courbe très similaire entre le Québec et la Colombie-Britannique et a connu, dans les deux cas, une diminution d'environ 25 %. Si une différence peut être repérée, c'est qu'entre 1997 et 2002, la dépense par litre a diminué plus rapidement en Colombie-Britannique qu'au Québec, tandis qu'à partir de 2003, les deux valeurs ont suivi la même courbe. Pour le reste, la tendance est la même. Le graphique 11 présente la quantité de spiritueux achetés par personne.

En comparant le graphique 11 avec le graphique 10, on voit tout de suite que l'élément qui différencie le Québec de la Colombie-Britannique pour la dépense de spiritueux par personne, c'est la quantité consommée. Bien que, dans les deux cas, la période de la baisse de la dépense par litre s'accompagne d'une croissance de la quantité consommée, elle n'a pas changé les positions relatives de chaque province. Les Britannico-Colombien·ne·s consomment un peu plus du double de

Graphique 11

Nombre de litres de spiritueux par personne achetés en magasin (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0015 et 051-0001, calcul des auteur·e·s.

spiritueux que les Québécois·es. Malgré tout, il est intéressant de noter que le Québec a vu sa consommation annuelle augmenter de 72 % (passant de 2 litres à 3,5 litres) alors que celle de la Colombie-Britannique a progressé de 49 % (passant de 5,3 litres à 8 litres).

Pour les spiritueux, nous avons constaté plus tôt que le prix a décliné plus rapidement au Québec qu'en Colombie-Britannique. Cette décroissance est survenue pendant que les Québécois·es voyaient leur quantité de spiritueux consommés (surtout en litres, mais aussi en dollars) augmenter plus vite qu'en Colombie-Britannique. Ici encore, l'on ne saurait affirmer que l'évolution des prix des spiritueux au Québec tend à décourager leur consommation.

Résumons ce que nous pouvons percevoir de l'évolution des prix. Du côté des vins, le Québec voit son prix moyen diminuer moins vite que celui de la Colombie-Britannique entre 1997 et 2014. Pendant ce temps, la quantité de litres de vin achetée par personne au Québec augmente plus rapidement qu'en Colombie-Britannique. Pour les spiritueux, les Québécois·es voient aussi la quantité de litres d'alcool par personne augmenter plus rapidement que celle des Britannico-Colombien·ne·s. Cependant, le prix des spiritueux diminue plus rapide-

ment au Québec qu'en Colombie-Britannique sur la même période.

QUE PEUT-ON CONCLURE DE L'ÉTUDE DE LA FLUCTUATION DES PRIX ET DES HABITUDES DE CONSOMMATION ?

D'abord, bien que différents en termes de consommation d'alcool, les deux marchés semblent relativement similaires. Le prix payé par bouteille ne connaît pas de divergence majeure, et les courbes des graphiques sont souvent parallèles. Le Québec semble avoir un avantage sur l'évolution du prix des spiritueux, tandis que la Colombie-Britannique semble en avoir un sur l'évolution du prix du vin (une affirmation qu'il faudrait approfondir car la consommation augmente plus vite au Québec qu'en Colombie-Britannique). Dans les deux cas, cet avantage paraît relativement mineur, surtout quand on reconnaît qu'il est très difficile de jauger l'évolution de la consommation de ces produits. De plus, comme le Québec a vu sa consommation croître plus rapidement que celle de la Colombie-Britannique, il serait difficile de soutenir que la politique de prix de la SAQ décourage davantage la consommation que les prix pratiqués en Colombie-Britannique.

Il ne nous est pas possible de savoir ce qui a causé les fluctuations du prix du vin, ni au Québec, ni en Colombie-Britannique. Sur cette période, le type de produit acheté a pu changer tout comme le taux de change avec les divers pays concernés exportateurs. Avec ces seules données il n'est pas possible d'arriver à la conclusion que l'approfondissement de la libéralisation britanno-colombien a fait baisser ou augmenter les prix. On ne note pas en Colombie-Britannique de changement de cap majeur après cette période, mais trop de facteur entre en ligne de compte pour savoir ce qui explique les fluctuations de prix.

L'ÉVOLUTION DES FRAIS D'ADMINISTRATION DE LA SAQ ET DU BCLS

Comme nous l'avons mentionné en introduction, le seul argument mis de l'avant par la CRPP pour justifier une libéralisation est celui des coûts d'administration du système. Cet argument est fondé sur la donnée suivante : les coûts d'administration représentent 21 % des ventes de la SAQ alors que ces coûts sont plus faibles ailleurs, notamment en Colombie-Britannique où ils totalisent

11 % pour le BCLS. À partir de cette seule donnée, la Commission conclut qu'il faudrait libéraliser davantage le marché. Cette inférence pose de nombreux problèmes.

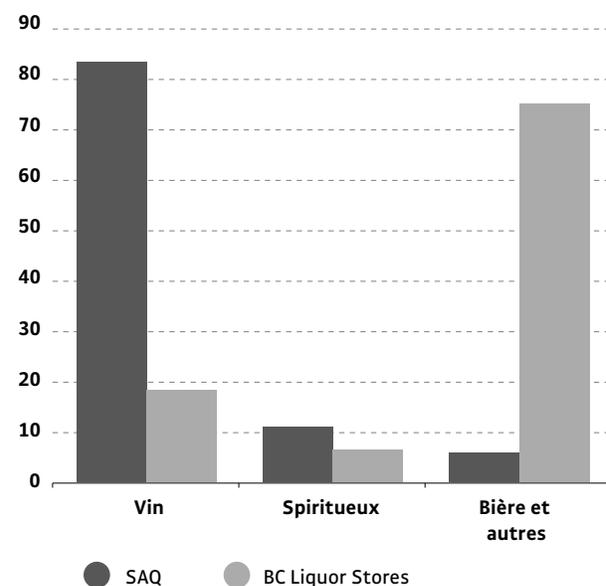
La première difficulté est qu'il est loin d'être démontré qu'un monopole public entraîne des coûts élevés d'administration. Certaines données présentées par la Commission invalident d'ailleurs une telle inférence. Par exemple, en Ontario et en Saskatchewan, où la vente d'alcool est réalisée par des sociétés d'État, les frais d'administration équivalent à respectivement 16 % et 12 % des chiffres de vente. Ce taux peut donc être plus faible que celui du Québec sans exiger le sacrifice d'un monopole public, comme le montre le cas de l'Ontario. On peut aussi atteindre un taux semblable à celui de la Colombie-Britannique sans céder à un marché libéralisé, comme le montre l'exemple de la Saskatchewan.

Le deuxième problème est que la Commission a laissé de côté un facteur explicatif crucial à propos des coûts d'administration : le type de produits vendus. La SAQ vend d'abord du vin, tandis que le BCLS (et nombre d'autres sociétés d'État du reste du Canada) vend d'abord de la bière. Le graphique 12 montre bien la différence marquée dans le type de produits vendus.

Le vin constitue 83 % des ventes de la SAQ, tandis que la bière assure 75 % de celles du BCLS. Ces deux

Graphique 12

Part des litres de produits vendus par type d'alcool (en pourcentage), SAQ et BCLS, 2014



SOURCES SAQ, *Rapport annuel 2014-2015*, p. 2; BCLS, *2014-2015 Annual Service Plan Report*, p. 9.

types de produits appellent des stratégies de gestion très différentes. La diversité des produits du vin est de loin supérieure à celle des bières^a, ce qui a des conséquences sur le plan de l'espace et de l'organisation de l'entreposage, mais aussi pour l'effort nécessaire à leur sélection. Quant à l'approvisionnement, le vin acheté par la SAQ est surtout produit hors de nos frontières, alors qu'une grande partie de la bière vendue est produite ici, ce qui influence non seulement les coûts de transport, mais les choix des acheteurs. De même, le vin exige des méthodes de conservation plus complexes que la bière. Bref, en raison de tous ces aspects, il exige davantage de frais d'administration^b. Ne pas tenir compte de cette différence fondamentale (soit celle entre les types de produits commercialisés au Québec et en Colombie-Britannique) grève de beaucoup la lecture de la Commission.

L'analyse de la CRPP est problématique à un autre égard, celui de l'évolution temporelle des coûts d'administration. Si c'est grâce à la libéralisation que la Colombie-Britannique offre des coûts d'administration plus faibles, alors nous devrions pouvoir le constater au graphique 13, par une décroissance de ces coûts à partir de la libéralisation adoptée en 2002.

Comme on le voit, les frais d'administration sont relativement stables au BCLS depuis 1997 : ils fluctuent légèrement entre 13 % et 9 %. Du côté de la SAQ, la fluctuation est beaucoup plus grande. En fait, dans les 10 dernières années, c'est plutôt la SAQ qui a vu ses frais d'administration rogner de moins en moins sur ses ventes, alors qu'elle avait connu un mouvement inverse de 1997 à 2005.

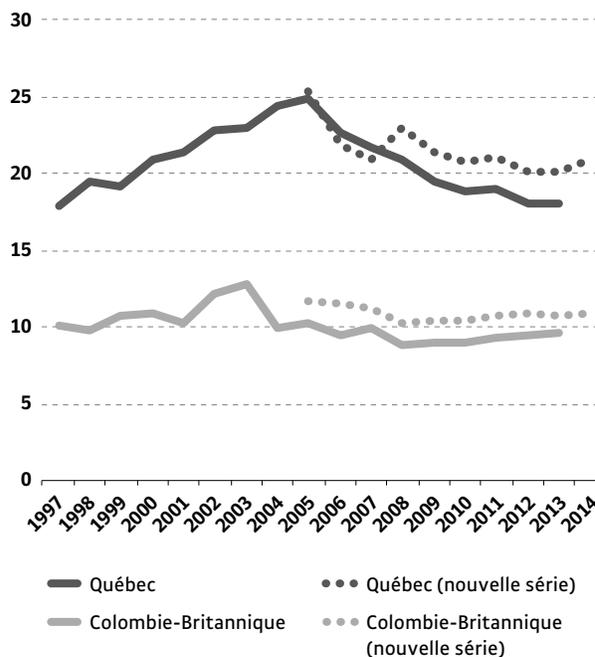
Bref, il est impossible d'affirmer sur la base des données disponibles qu'une libéralisation de la vente d'alcool au Québec ferait diminuer les frais d'administration de la SAQ. En fait, aucune donnée ne semble soutenir cette inférence. Par contre, la SAQ montre déjà qu'elle est en mesure de réduire ses frais d'administration tout

a À titre d'exemple, selon son site web, le BCLS offre 606 différents types de bières, tandis que la SAQ offre 8281 vins différents. On sait qu'une grande partie de la consommation de bière porte sur un faible nombre de produits, ce qui est beaucoup moins vrai pour le vin.

b Un élément qu'ont souligné à la fois la SAQ par voie de communiqué (www.saq.com/content/SAQ/fr/a-propos/la-saq/nouvelles/rapport-de-la-commission-robillard.html) et son ancien président, Gaétan Frigon, dans un texte paru dans *La Presse* : « La Commission Robillard est dans les patates », 1^{er} septembre 2015.

Graphique 13

Part des ventes nettes que représentent les coûts d'administration (en pourcentage), SAQ et BCLS, 1997-2014^c



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, Tableaux 183-0017 et 183-0025, calculs des auteurs.

en demeurant un monopole. Dans son plus récent budget, le gouvernement a d'ailleurs exigé d'elle qu'elle améliore sa performance en la matière¹⁸.

L'ÉVOLUTION DES REVENUS GOUVERNEMENTAUX TIRÉS DE LA VENTE D'ALCOOL

Un autre des objectifs importants pour la Commission est de « protéger les revenus du gouvernement¹⁹ ». La proposition en ce sens est simple : transformer en taxe le profit réalisé par la SAQ sur chaque bouteille. Ainsi, peu importe le détaillant, le gouvernement pourrait continuer de percevoir le même montant. D'éventuelles économies en coûts d'administration pourraient même permettre à la SAQ soit de diminuer les prix, soit d'augmenter les bénéfices gouvernementaux. En contrepartie,

c Comme Statistique Canada a changé ses séries comptables, nous présentons la nouvelle et l'ancienne série, qui mesurent des quantités légèrement différentes, mais reflètent les mêmes variations.

on a vu qu'en Colombie-Britannique, c'est en conservant le statut de seul grossiste autorisé pour les produits alcooliques que le gouvernement s'assure un contrôle sur les prix, et donc sur le niveau de revenus auquel il peut s'attendre en percevant des taxes à la consommation.

Si l'on considère que les revenus du gouvernement sont un facteur important, comme le fait la Commission, alors il est intéressant de voir l'évolution des revenus liés à la vente d'alcool des deux gouvernements, illustrée au graphique 14.

Comme on le voit, la Colombie-Britannique affiche, au début de la période de référence, plus du double de revenus gouvernementaux provenant de la vente d'alcool que les chiffres enregistrés au Québec (94 \$ contre 207 \$). À la fin de la période, avec une augmentation de 61 % en dollars constants, le Québec a réduit de moitié l'écart qui les sépare, en portant ses revenus par personne à 149 \$, alors que les revenus de la Colombie-Britannique stagnaient. On constate un résultat semblable au graphique 15 qui dénote les revenus gouvernementaux par litre d'alcool vendu.

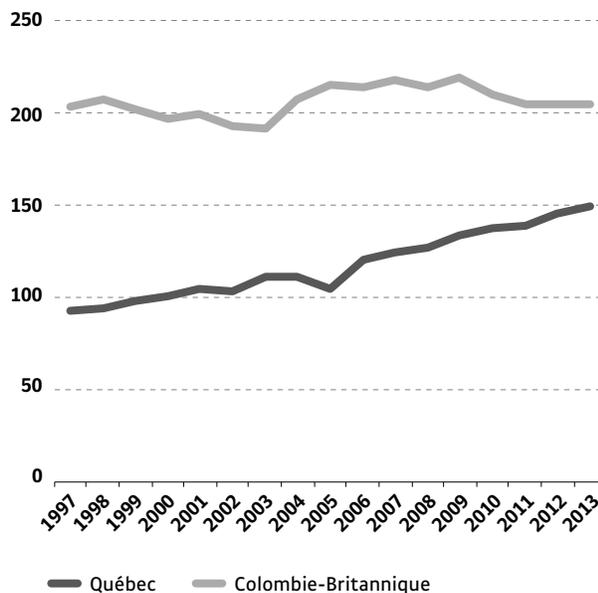
Alors que le montant perçu par personne était stagnant sur toute la période en Colombie-Britannique, on voit clairement que celui que rapporte chaque litre

vendu dans cette province augmente après la libéralisation de 2002. Sur toute la période, on parle d'une croissance totale de 14 %, passant de 2,46 \$ par litre à 2,79 \$. Ceci s'explique sans doute par la hausse de 3 % appliquée par la LDB en 2004 au prix de détail des produits alcooliques, qui est le prix de base payé par les établissements privés²⁰. Cependant, il est intéressant de constater que pendant la même période, le Québec a vu les revenus du gouvernement par litre d'alcool vendu croître de 65 %, passant de 1,06 \$ par litre à 1,74 \$ par litre, et réduisant ici aussi son écart avec la Colombie-Britannique.

C'est dire que la Colombie-Britannique allait déjà chercher, toutes proportions gardées, plus d'argent que le Québec par la taxation de l'alcool dès 1997. La libéralisation de l'alcool n'a pas diminué les revenus du gouvernement de la Colombie-Britannique, mais ceux-ci ont augmenté beaucoup moins rapidement que ceux du Québec. Donc, s'il est effectivement possible de maintenir des revenus élevés pour un gouvernement en libérant la vente d'alcool, il semble que la formule actuellement en place au Québec permette une croissance plus rapide des revenus gouvernementaux.

Graphique 14

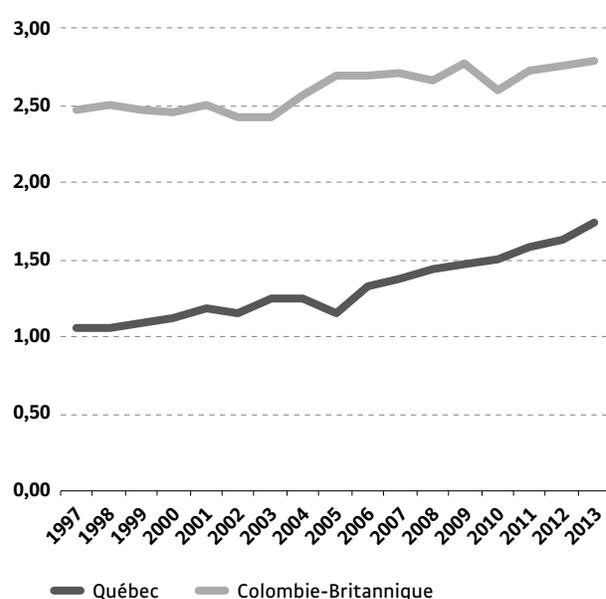
Revenus gouvernementaux provenant de la vente d'alcool par personne (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0017 et 051-0001, calcul des auteurs.e.s.

Graphique 15

Revenus gouvernementaux provenant de la vente d'alcool par litre (en dollars constants de 2013), Québec et Colombie-Britannique, 1997-2013



SOURCE Statistique Canada, CANSIM, tableaux 183-0017 et 183-0015.

Ce chapitre nous a permis de faire plusieurs constats. D'abord, contrairement à ce qu'affirme la CRPP, l'expérience britanno-colombienne ne démontre pas qu'une libéralisation accrue du commerce de l'alcool fait diminuer les prix. Les seules données rendues disponibles par Statistiques Canada ne permettent pas de voir un changement majeur, mais trop de facteurs entrent en ligne de compte pour qu'on puisse être en mesure de juger des causes de la fluctuation des prix. Ensuite, si les prix du vin semblent effectivement croître plus vite au Québec qu'en Colombie-Britannique, c'est l'inverse pour les spiritueux. De plus, le niveau de ses prix ne semble pas rebuter les consommateurs et consommatrices du Québec, puisque ceux-ci ont davantage augmenté leur consommation de vin et de spiritueux que les Britannico-Colombiens.

Par ailleurs, si les coûts d'administration sont effectivement plus élevés à la SAQ qu'au BCLS, tout porte à croire que cela tient plus à la nature de ce qui y est vendu qu'à la présence ou non de concurrents du secteur privé. De plus, la libéralisation n'a pas fait diminuer les coûts d'administration du BCLS alors que, depuis 2006, la SAQ a diminué de beaucoup ses coûts d'administration. Enfin, pour ce qui est des revenus du gouvernement, le Québec a montré au cours des 15 dernières années sa capacité d'augmenter considérablement les revenus qu'il percevait grâce à la vente d'alcool, et ce, beaucoup plus rapidement que la Colombie-Britannique, où ce commerce a été libéralisé.

CHAPITRE 3

Comparaison du prix de certains produits en Colombie-Britannique et au Québec

Nous avons vu plus tôt qu'il n'existe pas de divergence majeure entre les prix de l'alcool au Québec et en Colombie-Britannique. Nous avons en outre pu constater que de 1997 à 2014, l'évolution des prix de l'alcool a été semblable dans ces deux provinces. Afin de compléter ce portrait du marché de l'alcool, nous avons procédé à une analyse comparative de prix dans le but de vérifier ce qu'il en coûte réellement à la clientèle des deux provinces pour se procurer certains produits.

MÉTHODOLOGIE

Notre étude porte sur 584 bouteilles de 19 produits et compare les prix proposés par la SAQ à ceux de son équivalent de la Colombie-Britannique, le BC Liquor Stores, et ceux d'établissements privés britanno-colombiens. Au départ, notre comparaison devait porter sur 20 produits, dont 13 vins, 5 spiritueux et 2 boissons panachées (*coolers*), figurant pour la plupart dans le classement 2013-2014 des meilleurs vendeurs de la SAQ²¹. Notre analyse n'a pu cibler les produits les plus vendus en Colombie-Britannique; la nature mixte du système (privé et public) rend cette information impossible à obtenir. Mais les produits choisis étaient présents dans la plupart des établissements visités, et nombre d'entre eux étaient mis en valeur aux étalages comme le sont des produits qui se vendent bien^a. Nous avons ajouté un vin biologique vendu par la SAQ après avoir constaté qu'il était aussi vendu dans de nombreux magasins privés de la Colombie-Britannique, portant à 21 le nombre de catégories de produits. Une fois les données collectées, nous avons éliminé les catégories pour lesquelles moins de 15 occurrences avaient pu être

observées dans les magasins visités, ce qui a réduit à 19 le nombre de catégories recensées (deux produits ont été éliminés). Les produits comparés sont énumérés au tableau 1. Comme nous le disions dans une étude similaire portant sur l'Alberta :

Il est important de rappeler que notre volonté de comparaison entre les deux provinces nous a menés à choisir

Tableau 1

Produits ciblés par notre étude de prix

Wolf Blass Yellow Label Cabernet Sauvignon (750 ml)

Yellow Tail Shiraz (750 ml)

La vieille Ferme Côtes du Ventoux (750 ml)

Apothic Red (750 ml)

Ruffino Chianti (750 ml)

Masi Modello Delle Venezie, rouge (750 ml)

Cono Sur Carmenère / Cabernet Sauvignon (750 ml)

Jacob's Creek Moscato (750 ml)

Gallo White Zinfandel (750 ml)

Barefoot Pinot Grigio (750 ml)

Kim Crawford Sauvignon Blanc (750 ml)

Martini & Rossi Asti (750 ml)

Canadian Club Premium, Whisky canadien (750 ml)

Crown Royal, Whisky canadien (750 ml)

Smirnoff Triple Distillation, Vodka (750 ml)

Absolut, Vodka (750 ml)

Bacardi Superior, Rhum blanc (750 ml)

Smirnoff Ice (4 x 330 ml)

Mott's Clamato Caesar Original (4 x 355 ml)

^a On constatera d'ailleurs, à la lecture de la liste des produits, qu'elle est composée de grands vendeurs mondiaux du vin (Gallo, Yellow Label, Kim Crawford, Barefoot, Jacob's Creek, etc.), le Québec et la Colombie-Britannique n'étant, à cet égard, pas si différents du reste du monde.

des produits très populaires. Ce choix a plusieurs effets sur notre enquête. D'abord, il s'agit de produits qui, par leur popularité, peuvent servir de « produits d'appel », c'est-à-dire de produits dont les commerçants abaissent volontairement les prix dans le but d'attirer des clients dans leur établissement pour leur faire consommer d'autres produits. Ensuite, ces produits sont tous plutôt abordables, ce qui fait que notre étude n'a pas pu vérifier les différences de prix de produits plus coûteux ou haut de gamme. Or, il est généralement admis que c'est précisément sur ces produits (les produits d'appel et les produits peu coûteux) que les entreprises privées offrent de meilleurs prix que les entreprises publiques²².

Pour connaître les prix proposés par le gouvernement, qui, comme à la SAQ, sont les mêmes en ligne et dans toutes les succursales de la province, nous nous sommes basés sur les prix inscrits au site Internet du BCLS. Pour connaître ceux offerts par les marchands privés, nous nous sommes rendus en Colombie-Britannique, où nous avons visité 38 détaillants^a d'alcool privés choisis de manière aléatoire^b. Nous nous sommes rendus dans des établissements de six villes choisies en fonction de leur taille et de leur situation géographique, soit Vancouver et Victoria (grandes villes), Abbotsford et Kamloops (villes de taille moyenne), et Salmon Arm et Campbell River (petites villes). Les données ont été recueillies entre le 20 janvier et le 1^{er} février 2016. Le montant des taxes et du dépôt a été ajouté par la suite, lorsque cela s'appliquait.

Deux remarques s'imposent avant de présenter les résultats de cette étude de prix.

Premièrement, elle ne porte sur aucun produit de la Colombie-Britannique, puisqu'aucun d'entre eux ne fait partie de la liste des plus gros vendeurs au Québec. La clientèle britanno-colombienne, pour sa part, est assez friande de produits locaux. Ainsi, les ventes de vins domestiques (toutes catégories confondues) se sont chiffrées à 475 M\$ en 2015, contre 566 M\$ pour les vins importés. En volume, c'est 36,6 millions de litres de vins domestiques vendus contre 32,6 millions de litres de vins importés²³. Toutefois, on peut raisonnablement penser que les facteurs les plus influents sur le niveau des prix auraient eu le même effet sur celui de produits domestiques.

Deuxièmement, on pourrait soutenir qu'une étude comparative de prix qui ne tient pas compte du pouvoir d'achat, c'est-à-dire de la capacité différenciée des consommateurs et consommatrices à se procurer les produits étudiés, offre un portrait incomplet de la réalité. Rappelons que notre analyse vise à vérifier la thèse selon laquelle un marché libéralisé est synonyme de prix plus bas, et non à se questionner sur le caractère plus ou moins abordable de produits pour diverses populations. Mais voyons tout de même ce qu'il en est. Selon les données de l'Agence du revenu du Canada, le revenu médian des familles québécoises (72 240 \$) représentait, en 2013, 97 % de celui des familles britanno-colombiennes (74 150 \$²⁴). Par contre, si on considère toutes les personnes ayant produit une déclaration de revenus – et non seulement les familles – l'avantage est plutôt du côté du Québec, où le revenu médian d'une personne (32 550 \$) équivaut à 102 % de celui de la Colombie-Britannique (31 790 \$). On peut donc dire que les différences de revenus entre les deux provinces sont suffisamment mineures pour qu'elles n'influent pas de façon marquée sur la capacité d'acheter de l'alcool aux prix présentés.

RÉSULTATS QUANTITATIFS

Comme le montre le graphique 16, à produit égal, le prix moyen des produits comparés est 2,6 % moins cher dans les BCLS (17,24 \$) qu'à la SAQ (17,71 \$). Par contre, le prix moyen des produits achetés dans les établissements privés de la Colombie-Britannique (18,89 \$) est 6,7 % plus élevé que pour les mêmes produits dans le répertoire de la SAQ. En moyenne, les prix offerts par les détaillants publics sont donc plus attrayants que l'offre des détaillants privés.

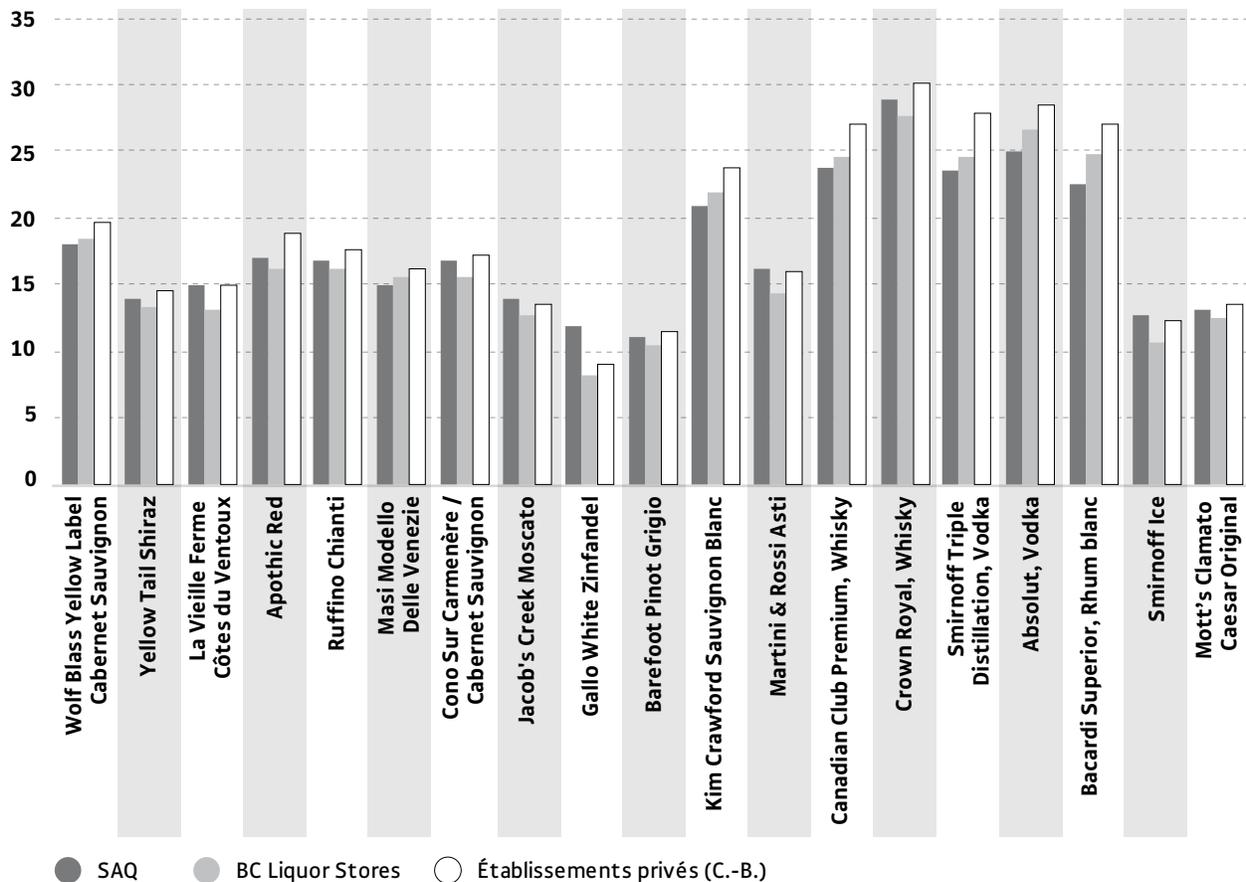
Comme le montre le graphique 17, l'avantage varie aussi selon la catégorie de produits que l'on compare. Pour ce qui est du vin, la SAQ, avec un prix moyen de 15,57 \$, demeure plus compétitive que les magasins privés de la Colombie-Britannique, où le prix moyen des produits est de 16,06 \$, soit 3,2 % plus cher. Par contre, le BCLS demeure l'option la moins dispendieuse avec des prix moyens de 14,68 \$, soit 5,7 % moins cher qu'au Québec et

^a L'annexe 1 présente l'ensemble des détaillants visités.

^b Dans cette province, les quelques rares épiceries à posséder un permis de vente d'alcool ne vendent que des vins de la Colombie-Britannique qui sont peu ou pas disponibles au Québec. Nous n'avons donc pu les inclure dans notre étude de prix.

^c Si l'on se fie aux données de l'Enquête canadienne sur le revenu (ECR) de Statistique Canada, l'écart entre les deux provinces est plus important : selon le type de familles, le revenu médian au Québec représente entre 89 % et 90 % de celui de la Colombie-Britannique (CANSIM, tableau 206-0011). Cela dit, cette enquête comprend environ 25 000 personnes répondantes, tandis que les données de l'ARC comprennent l'ensemble des contribuables.

Graphique 16

Prix moyen des produits pour l'ensemble des établissements (en dollars), Québec et Colombie-Britannique

SOURCE Étude de prix réalisée entre le 20 janvier et le 1^{er} février 2016.

8,6 % moins cher que dans les magasins privés de la Colombie-Britannique. Le prix moyen des spiritueux est le plus bas à la SAQ à 24,72 \$, le BCLS affichant un prix moyen de 25,64 \$, soit 3,7 % de plus, et les établissements privés offrant un prix moyen de 28,06 \$, soit 13,5 % plus cher. Pour ce qui est des boissons panachées, l'avantage revient à la Colombie-Britannique. L'écart est faible avec les magasins privés, qui affichent un prix moyen de 12,89 \$, soit seulement 0,8 % moins cher que celui de la SAQ, mais le BCLS propose un prix moyen de 11,60 \$, 10,8 % de moins que ce qu'on retrouve à la SAQ.

Une fois constatées ces différences entre le privé et le public, est-ce que l'emplacement géographique et la taille de l'établissement ont un effet sur les prix affichés par les commerçants? C'est ce que permet d'observer le graphique 18. Au Québec, la présence d'un monopole public assure l'uniformité des prix à travers l'ensemble des succursales de la SAQ, soit un prix moyen de 17,71 \$ pour les produits

ciblés par notre enquête. Résultat quasi identique pour le BCLS en Colombie-Britannique, qui affiche un prix moyen de 17,24 \$. Lorsque l'on compare les établissements en fonction de leur localité, on constate que c'est dans les grandes villes (Vancouver et Victoria) que le prix moyen des produits est le plus élevé (19,33 \$). Mais, quelle que soit la taille de la ville, les établissements privés proposent, en moyenne, les prix les plus chers.

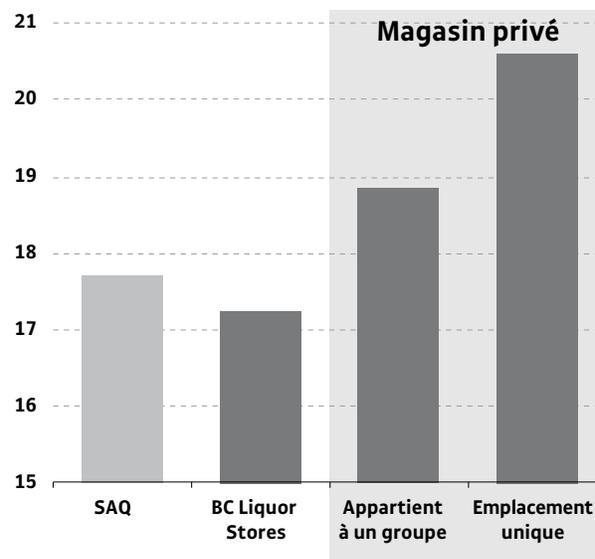
Ce constat nous porte à croire que, de l'importance de la ville ou du type de commerce, c'est ce deuxième facteur qui influe le plus sur le prix des produits. En effet, le prix moyen dans les petites surfaces de la Colombie-Britannique (en excluant le BCLS) est de 19,11 \$, contre seulement 18,66 \$ dans les moyennes et grandes surfaces. À cela s'ajoute un facteur supplémentaire, présenté au graphique 19, à savoir l'appartenance d'un détaillant à une chaîne ou le nombre de points de vente d'une entreprise. Les commerces qui appartiennent à des groupes

Graphique 17
**Prix moyen selon le type de produit (en dollars),
 Québec et Colombie-Britannique**



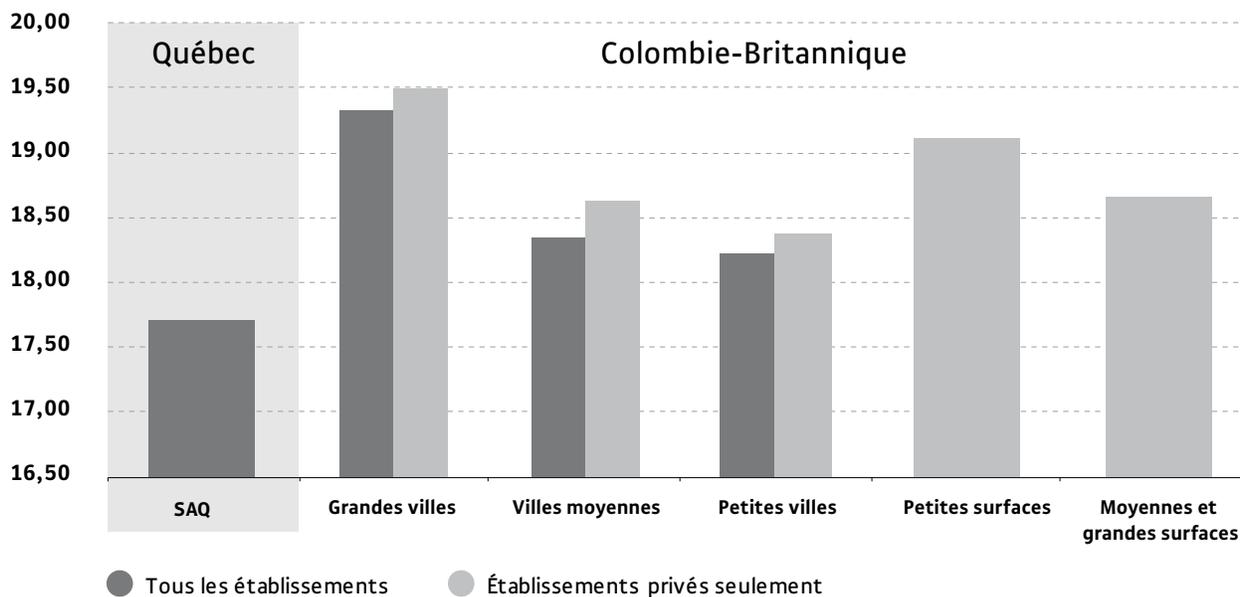
SOURCE Étude de prix réalisée entre le 20 janvier et le 1^{er} février 2016.

Graphique 19
Prix moyen selon le type de magasin (en dollars)



SOURCE Étude de prix réalisée entre le 20 janvier et le 1^{er} février 2016.

Graphique 18
**Prix moyen des produits selon la taille de la ville et celle de l'établissement (en dollars),
 Québec et Colombie-Britannique**



SOURCE Étude de prix réalisée entre le 20 janvier et le 1^{er} février 2016.

affichent des prix en moyenne plus faibles (18,84 \$) que les commerces indépendants (20,62 \$).

Bref, l'écart entre les prix de l'alcool au Québec et en Colombie-Britannique est relativement faible dans l'ensemble, et c'est dans le réseau public que la clientèle peut espérer trouver les plus bas prix. Mentionnons en terminant que les résultats de notre étude de prix coïncident avec les données présentées plus tôt sur l'évolution de la consommation de vins et de spiritueux, à savoir que les écarts de prix ne dépassent jamais que quelques dollars, et que c'est tantôt le Québec (spiritueux) tantôt la société d'État de la Colombie-Britannique (vins) qui a l'avantage en ce qui a trait aux prix par catégorie de produits.

OBSERVATIONS ET REMARQUES QUALITATIVES

La portion de l'étude de prix réalisée en Colombie-Britannique nous a permis non seulement de recueillir les données quantitatives recherchées, mais de faire quelques observations qualitatives quant à l'offre de produits alcoolisés dans cette province. Premier constat : il est indéniable que le nombre de points de vente présents sur le territoire et leurs heures d'ouverture étendues (souvent du lundi au vendredi, de 9 h à 23 h) facilitent l'accès à l'alcool en comparaison du régime qui prévalait avant la réforme de 2002. Il faut cependant se déplacer pour connaître les produits offerts ainsi que leur disponibilité, puisque la plupart de ces nouveaux magasins privés n'ont pas de site Internet et que, parmi ceux qui en offrent un, ils sont très rares à y afficher la liste et le prix de leurs marchandises.

Il est opportun de souligner qu'au Québec, cet avantage des heures d'ouverture étendues existe aussi pour la bière et pour certaines bouteilles de vin livrées en vrac au Québec. De plus, la création des magasins *SAQ Express* et de la formule des agences a permis d'améliorer l'accès au vin en augmentant considérablement le nombre de points de vente (le réseau de la SAQ comprend environ 400 succursales et 440 agences). Pour ce qui est de la Colombie-Britannique, on peut penser que la facilité d'accès à l'alcool grâce aux magasins privés compense peut-être les prix plus élevés qui y sont proposés. Ce fait est d'ailleurs de notoriété publique, puisque lors de notre collecte de données, les employé·e·s de plusieurs magasins privés ont été jusqu'à nous rediriger vers le BCLS pour y trouver les mêmes produits à plus bas prix.

Il faut également rappeler que cette accessibilité s'accompagne d'autres problèmes que ces prix plus élevés. Par exemple, des chercheur·e·s ont établi un lien entre l'augmentation du nombre de points de vente en

Colombie-Britannique entre 2003 et 2008 et la hausse de la mortalité causée par l'alcool²⁵. À ce sujet, l'Institut national de santé publique du Québec souligne que

[l]es monopoles d'État peuvent limiter la consommation d'alcool et les problèmes qui en découlent; en contrepartie, leur disparition peut amener une augmentation de la consommation d'alcool (Trollald, 2005; Babor, 2003; Gruenewald et collab., 1992). Le monopole d'État est une mesure efficace de prévention pourvu qu'il porte une responsabilité sociale et qu'il poursuive des objectifs de santé publique (OMS, 2007; Babor et collab., 2003). Cette structure de marché permet de gérer différents aspects de l'accessibilité aux produits alcooliques, tels que les lieux et les heures de vente, l'application des lois sur la vente aux mineurs et aux personnes intoxiquées et une stratégie de commercialisation responsable. En d'autres mots, les monopoles publics disposent de moyens pour assurer le respect des règles. Par contre, il n'est pas évident que les commerces privés – et surtout les petits – ont le personnel nécessaire ou disposent d'incitatifs pour s'assurer que la vente d'alcool soit faite de façon responsable²⁶.

Par ailleurs, la multiplication des points de vente ne semble pas être synonyme pour autant d'un choix accru pour les consommateurs et consommatrices de la Colombie-Britannique. De nombreux commerces qui s'apparentent davantage à des dépanneurs offrent, à quelques différences près, les mêmes produits, soit les plus populaires. Il existe tout de même des commerces privés qui offrent une sélection plus étendue de produits importés et de vins locaux, notamment des produits qui ne se retrouvent pas nécessairement au BCLS. Ces commerces spécialisés offrent des gammes de qualité plus élevée ou des produits provenant de plus petits vignobles. Ils sont cependant beaucoup moins nombreux, et concentrés dans les grandes villes que sont Vancouver et Victoria. En outre, dans les commerces où la sélection de produits est plus restreinte, la connaissance qu'a le personnel des produits vendus est souvent déficiente et parfois nulle. Ce n'est pas le cas des personnes travaillant dans les boutiques plus spécialisées, qui font preuve d'un savoir plus considérable. Dans les succursales du BCLS, comme c'est le cas d'ailleurs pour la SAQ, la clientèle est assurée de pouvoir compter sur un personnel qualifié.

En somme, les données recueillies dans le cadre de notre étude de prix nous portent à conclure qu'un système mixte comme celui de la Colombie-Britannique a au moins l'avantage d'offrir un nombre plus grand de points de vente. Cela facilite l'achat d'alcool pour toutes les catégories de produits, mais suscite également certains problèmes. Il appert toutefois que malgré cette plus grande disponibilité, le réseau public demeure dans

cette province de l'Ouest l'option la plus avantageuse en ce qui a trait aux prix et à la qualité de l'offre. Le plus grand pouvoir d'achat des entreprises publiques et leur souci d'offrir un service de qualité et de tenir compte de la santé publique constituent ainsi des atouts pour les consommateurs et consommatrices d'alcool.

Conclusion

Notre étude nous a permis de dresser plusieurs constats qui tendent à invalider les arguments avancés par la Commission de révision permanente des programmes pour une libéralisation du commerce des vins et spiritueux. En effet, nous avons vu que depuis 1997, les prix de l'alcool ont évolué de façon semblable en Colombie-Britannique et au Québec, et ce, tant avant qu'après les modifications législatives de 2002 en Colombie-Britannique. Les données rendues disponibles par Statistiques Canada ne permettent pas d'affirmer que la libéralisation a fait baisser les prix car trop de facteurs entrent en ligne de compte pour expliquer leur fluctuation.

Pour ce qui est des coûts d'administration des sociétés publiques, nous avons vu que ceux de la SAQ ont sans cesse diminué depuis 2006, tandis que ceux du BCLS sont demeurés relativement stables. La gamme de produits vendus par ces deux entreprises semble un facteur plus déterminant que le type de gestion qui les caractérise pour expliquer leurs pourcentages respectifs de frais d'administration en regard des ventes.

Quant aux revenus que l'État tire de la vente de l'alcool, nous avons montré que la Colombie-Britannique a, durant toute la période étudiée, tiré des revenus de la vente d'alcool plus importants que le gouvernement québécois, mais que ceux-ci ont augmenté beaucoup moins fortement qu'au Québec pendant la même période. On ne peut donc en conclure que la libéralisation a permis à la Colombie-Britannique de vraiment bonifier ses revenus provenant de la vente d'alcool, ce que le Québec a pour sa part réussi à faire durant la même période par des choix fiscaux différents.

Quant aux données microéconomiques que nous avons produites, elles montrent qu'à produit égal, il en coûte moins cher en moyenne au Québec que dans les établissements de la Colombie-Britannique, tous types de magasins confondus. En revanche, le seul type de commerce qui réussit à proposer des prix moyens plus bas que ceux offerts à la SAQ est le réseau des BCLS, opéré par le gouvernement provincial. Cette différence de prix ne saurait être attribuée au choix de la libéralisation, car comme nous l'avons vu, aucune donnée ne permet de démontrer que celle-ci aurait fait diminuer les prix en Colombie-Britannique. En fait, les nouveaux commerces du secteur privé facturent des prix nettement plus élevés que ceux des magasins publics.

En somme, à la lumière des données présentées dans cette étude, les avantages espérés par la CRPP d'une libéralisation du commerce des vins et spiritueux apparaissent comme bien hypothétiques. Il nous semble en conséquence peu opportun pour le gouvernement de pousser plus avant la libéralisation de la vente d'alcool au Québec.

Lexique

BÉNÉFICE

Le bénéfice représente la différence entre le prix de vente et le coût de revient d'un produit.

COÛTS D'ADMINISTRATION

Les coûts ou frais d'administration sont les coûts inhérents à la gestion générale d'une entreprise (privée ou publique) et qui sont employés pour assurer son cours normal.

ÉTUDE DE PRIX

L'étude de prix consiste en une enquête réalisée sur un ou des produits donnés, sur une période de temps contrôlée ainsi que dans un nombre prévu de localités, afin de faire l'analyse des variations du prix de vente de certaines marchandises.

LIBÉRALISATION

Une libéralisation vise à créer une situation de concurrence entre des acteurs économiques. Elle signifie le plus souvent la fin du monopole d'une administration ou d'une entreprise (publique ou privée) sur une activité définie par l'autorité publique. La libéralisation est alors l'institution politique des conditions d'un marché concurrentiel.

MONOPOLE PUBLIC

Un monopole public consiste en une entreprise publique qui assure soit la totalité de la production ou de la distribution (ou les deux) dans un domaine d'activité particulier.

PRIVATISATION (TOTALE/PARTIELLE)

Une privatisation consiste en la vente d'une entreprise ou d'un bien public à une ou plusieurs entreprises privées. Il est possible de parler de privatisation partielle (la vente d'une partie seulement des actifs d'une entreprise ou d'un bien public) ou de privatisation totale (la vente de l'ensemble des actifs d'une entreprise ou d'un bien public).

RÉFORME RÉGLEMENTAIRE

Une réforme réglementaire désigne les modifications apportées aux dispositions d'une loi ou d'un règlement édicté par un gouvernement et qui prescrivent des obligations aux citoyens, aux entreprises, à une organisation, à une institution ou à une autre administration publique (les villes par exemple).

SOCIÉTÉ D'ÉTAT

Une société d'État est une entreprise publique devant répondre à une demande (en biens ou en services) comme prescrit par les pouvoirs publics.

TAXES À LA CONSOMMATION

Les taxes à la consommation sont une ponction fiscale venant s'ajouter au prix de vente d'un produit et/ou d'un service. On associe les taxes à la consommation à un mode de prélèvement fiscal régressif en ce qu'il s'applique également à tous sans tenir compte des revenus et de la capacité de payer de chacun.

Notes

- 1 COMMISSION DE RÉVISION PERMANENTE DES PROGRAMMES, *Cap sur la performance, Rapport – Volume 2*, Québec, juin 2015, p. 24-41.
- 2 Tex ENEMARK, *Submission to the Government of BC Review on Liquor Policy*, 31 octobre 2013, <http://engage.gov.bc.ca/liquorpolicyreview/files/2013/11/Tex-Enemark.pdf>.
- 3 Judith LAVOIE, « B.C. at risk of recession, says Collins », *Times Colonist*, 23 novembre 2001, p. A1.
- 4 Will MCMARTIN, « Alberta's Posse in B.C. », *The Tyee.ca*, 23 novembre 2004, <http://theyee.ca/Views/2004/11/23/AlbertasPosse/>.
- 5 Brian LEWIS, « Our shrinking government », *The Province*, 18 janvier 2002, p. A35 ; Norman GIDNEY, « Businesses find opportunities in government cuts », *Times Colonist*, 22 novembre 2001, p. A1 ; Jim BEATTY, « The count is in : B.C. has 404,000 rules to live by : The Liberals have promised to cut one-third of them », *The Vancouver Sun*, 22 novembre 2001, p. A1.
- 6 Judith LAVOIE, « B.C. uncorks private liquor sales : Private outlets to compete with government stores », *Times Colonist*, 25 juillet 2002, p. A1.
- 7 Craig MCINNES, « B.C. to get private liquor stores : Government stores to be phased out over three years », *The Vancouver Sun*, 25 juillet 2002, p. A1.
- 8 « B.C. opening liquor sales to private sector : Neither profit nor prices are expected to fall », *Edmonton Journal*, 25 juillet 2002, p. A6.
- 9 Judith LAVOIE, « B.C. uncorks private liquor sales : Private outlets to compete with government stores », *op. cit.*
- 10 Jim SINCLAIR, « We'll pay a price for privatized liquor : Jasons and Samanthas will suffer as free-enterprise ideologues get their way - and so will the consumer », *Times Colonist*, 23 août 2002, p. A11.
- 11 Maurice BRIDGE, « Brew-pub owners feel squeeze : The B.C. government's move toward private liquor stores could spell trouble for small breweries looking to find a shelf in the market, Maurice Bridge reports », *The Vancouver Sun*, 29 juillet 2002, p. C1.
- 12 Andrew A. DUFFY, « Spreading the spirits around : Canadian distillers urge selling hard liquor in B.C. retail stores to boost economy, competition », *Times Colonist*, 6 mars 2002, p. C6.
- 13 Maurice BRIDGE, « Much to learn from Alberta's liquor privatization : Nine years on, the result is generally positive, Maurice Bridge finds », *The Vancouver Sun*, 6 novembre 2002, p. D1.
- 14 Vaughn PALMER, « Union pushes virtues of liquor store deal », *The Vancouver Sun*, 23 octobre 2003, p. A12.
- 15 Frédéric ARNOULD, « Vente de vin et d'alcool : un monopole renforcé en Colombie-Britannique ? », *ici.radio-canada.ca*, 1^{er} avril 2015, <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2015/04/01/004-vente-vin-alcool-monopole-colombie-britannique.shtml>.
- 16 Philippe HURTEAU et Simon TREMBLAY-PEPIN, *Doit-on privatiser la SAQ ?*, Montréal, IRIS, avril 2015, p. 26-27.
- 17 COMMISSION DE RÉVISION PERMANENTE DES PROGRAMMES, *op. cit.*, p. 39.
- 18 MINISTÈRE DES FINANCES DU QUÉBEC, *Plan budgétaire 2016-2017*, Québec, p. A-57 à A-59.
- 19 COMMISSION DE RÉVISION PERMANENTE DES PROGRAMMES, *op. cit.*, p. 39.
- 20 Chad SKELTON, « Alcohol prices hiked 3 per cent », *Times Colonist*, 27 janvier 2004, p. A3.
- 21 Document que la SAQ nous a fait parvenir à notre demande, intitulé : *Classement des meilleurs vendeurs en volume, 2013-2014*.
- 22 Philippe HURTEAU et Simon TREMBLAY-PEPIN, *op. cit.*, p. 30-31.
- 23 BC LIQUOR DISTRIBUTION BRANCH, *Quarterly Market Review*, mars 2015, www.bcldb.com/files/QMR%20March%202015.pdf.
- 24 STATISTIQUE CANADA, CANSIM, tableau 111-0009.
- 25 Tim STOCKWELL *et al.*, « Impact on alcohol-related mortality of a rapid rise in the density of private liquor outlets in British Columbia : a local area multi-level analysis », *Addiction*, vol. 106, n° 4, avril 2011, p. 768-776.
- 26 INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC, *La consommation d'alcool et la santé publique au Québec*, Québec, mai 2010, p. 56.

Annexe 1 – Adresses des établissements visités

Vancouver

Marquis Wine Cellars	1034 Davie St, Vancouver
Crosstown Liquor Store	568 Abbott St, Vancouver
St Regis Fine Wines & Spirits	678 Dunsmuir St #30, Vancouver
Sutton Place Wine Merchant	855 Burrard St, Vancouver
Kitsilano Liquor Store	2289 W Broadway, Vancouver
Burrard St Liquor Store	2401 Burrard St, Vancouver
Darby's Liquor Store	2001 MacDonald St, Vancouver
Denman Liquor Store	1060 Denman St, Vancouver
Coal Harbour Liquor Store	1218 W Pender St, Vancouver

Victoria

Swiftsure Beer & Wine Store	427 Belleville, Victoria
Swans Liquor Store	514 Pandora, Victoria
Liquor Express	759 Yates, Victoria
The Strath Liquor Store	919 Douglas St, Victoria
Liquor Express	3170 Tillicum, Victoria
Shark Club Beer Wine Spirits	2852 Douglas St, Victoria
Cascadia Liquor store	4-2631 Quadra St, Victoria
Liquor Plus	2915 Douglas Street, Victoria

Abbotsford

Liquor Barn	31940 South Fraser Way #4, Abbotsford
Highwayman Liquor store	32470 Simon Ave, Abbotsford
Character's Liquor Store	2509 Pauline St, Abbotsford
Clayburn Liquor Store	3033 Immel St, Abbotsford
Liquor for Less	34252 Marshall Rd, Abbotsford
Sumas Mountain Abbotsford Liquor Store Ltd	2362 Whatcom Rd, Abbotsford

Kamloops

Sahali Liquor Store	945 Columbia St, Kamloops
Stag's Head Liquor Store	1801 Princeton-Kamloops Highway, Kamloops
Liquor Depot	1048 8th St, Kamloops
Brock Center Liquor Store	1800 Tranquille Rd, Kamloops
Lansdowne Liquor Store	450 Lansdowne, Kamloops

Salmon Arm

West 30th Liquor Store	1050 30th St, Salmon Arm
Piccadilly Liquor Store	1151 SW 10th Ave, Salmon Arm
Hideaway Liquor Store	973 Lakeshore, Salmon Arm
Salmon Arm Liquor Store	111 Lakeshore Dr, Salmon Arm
Setters Neighbourhood Pub	2950 11th Ave, Salmon Arm

Campbell River

Metro Liquor	203-801 Hilchey Rd, Campbell River
The Liquor Store At The Village	5-2253 Island Highway, Campbell river
Best Buy Liquor Store	1290 Dogwood, Campbell river
Royal Coachman Neighbourhood Pub	84 Dogwood, Campbell River
Merecroft Village Liquor Store	A7-465 Merecroft, Campbell river

Il est faux de prétendre que la libéralisation en Colombie Britannique a fait baisser les prix ou que la présence de magasins privés permet d'obtenir de l'alcool à prix plus bas.



Institut de recherche
et d'informations
socioéconomiques

L'Institut de recherche et d'informations socioéconomiques (IRIS), un institut de recherche indépendant et progressiste, a été fondé à l'automne 2000. Son équipe de chercheur·e·s se positionne sur les grands enjeux socioéconomiques de l'heure et offre ses services aux groupes communautaires et aux syndicats pour des projets de recherche spécifiques.

INSTITUT DE RECHERCHE ET D'INFORMATIONS SOCIOÉCONOMIQUES

1710, rue Beaudry, bureau 3.4, Montréal (Québec) H2L 3E7
514.789.2409 • iris-recherche.qc.ca

Imprimé **ISBN 978-2-923011-86-8**
PDF **ISBN 978-2-923011-87-5**