



Bureau de la haute direction
Association des distillateurs canadiens
219, rue Dufferin, bureau 2-B
Toronto (Ontario) M6K 1Y9
Tél. : 416 626 0100

Le 28 juillet 2016

Membres du Comité permanent des finances de la Chambre des communes
131, rue Queen, 6^e étage
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Membres du Comité,

Spirits Canada se réjouit de pouvoir faire connaître les priorités stratégiques de l'industrie des spiritueux au sujet du budget fédéral de 2017.

Spirits Canada est la seule association professionnelle nationale qui représente les intérêts des fabricants, vendeurs, exportateurs et consommateurs canadiens de spiritueux. Nous avons une occasion importante d'augmenter la production de spiritueux et en particulier de notre produit de marque, le whisky canadien, au Canada. Les spiritueux sont tirés de céréales entièrement locales dont les grains sont moulus, fermentés, distillés et vieillis au Canada par des Canadiens.

L'augmentation de la production de spiritueux canadiens profite directement aux agriculteurs du Canada sans lesquels il ne peut y avoir de fabrication locale. En outre, les usines et les installations de l'industrie bénéficient de l'appui de milliers de petites et moyennes entreprises qui leur fournissent des biens et des services de soutien cruciaux. Des réformes des politiques qui abaisseraient l'obstacle à la réussite généreraient des retombées dans tout le pays et aideraient à stimuler à l'investissement et la croissance.

De plus, comme industrie d'exportation, le secteur de la fabrication des spiritueux canadiens est une force motrice clé de la création de richesses pour les Canadiens de la classe moyenne d'un bout à l'autre du Canada.

Le mémoire ci-joint décrit plusieurs obstacles clés qui empêchent de réaliser entièrement le potentiel du secteur, surtout le besoin urgent de :

1. réduire les droits d'accise excessifs et punitifs imposés sur les spiritueux;
2. créer un marché national en supprimant les politiques discriminatoires des provinces sur l'alcool.

Nous serions heureux de préciser notre mémoire et nos recommandations cet automne au cours des consultations prébudgétaires officielles du Comité.

Veillez agréer, Membres du Comité, l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

Le président-directeur général,

Jan H. Westcott

INTRODUCTION

Il faudrait aborder un certain nombre d'obstacles fédéraux à la croissance et à l'innovation dans le secteur de l'alcool de bouche dans le contexte du budget fédéral de 2017.

Les producteurs de spiritueux canadiens sont des fabricants du secteur primaire qui achètent de l'orge, du maïs, du seigle et du blé locaux de producteurs locaux et brassent, font fermenter et distillent ces céréales de première qualité pour en faire des produits de marque agroalimentaires canadiens qui font partie de ceux qui offrent la plus grande valeur ajoutée. Dans le cas des produits de marque de l'industrie que sont le « whisky canadien » et le « whisky de seigle canadien », on fait vieillir ces distillats dans de petits barils de bois pendant au moins trois ans et habituellement plus de six ans avant de les embouteiller et de les vendre dans le monde entier.

La production de spiritueux canadiens compte sur des milliers de producteurs de céréales canadiens comme fournisseurs sécuritaires et assurés d'orge, de maïs, de seigle et de blé de la meilleure qualité, précurseurs de tous les grands spiritueux. En outre, des dizaines de milliers de petites et moyennes entreprises fournissent des biens et des services essentiels aux établissements de production et de vieillissement de l'industrie.

Le défi le plus important que doit relever le secteur de la production de spiritueux au Canada vise la rentabilité relativement faible au Canada par rapport aux secteurs concurrents et aux produits de comparaison de l'étranger. Ce défi fiscal limite la portée des investissements, que ce soit dans les améliorations des installations, l'innovation des produits, le soutien du marché ou le développement de marchés d'exportation.

Les producteurs de spiritueux canadiens ont de plus en plus de retard sur leurs concurrents étrangers sur les plans de la portée de nouveaux produits et de l'innovation en matière d'emballage, des investissements dans les usines et l'infrastructure, du développement de nouveaux marchés et du stockage de nouveaux distillats (whisky) pour le vieillissement. Cet investissement insuffisant se produit en période d'intérêt presque sans précédent que les consommateurs portent au whisky haut de gamme et en particulier aux whiskies de seigle nord-américains, la grande force de l'industrie des spiritueux canadiens.

RÉFORME DE L'ACCISE

La structure en vigueur des droits d'accise fédéraux nuit à l'investissement, réduit l'efficacité de la concurrence, menotte l'innovation et entrave la croissance des exportations.

Il faudrait moderniser les droits d'accise fédéraux afin de mieux harmoniser les taux des taxes d'accise avec la teneur réelle en alcool comme le recommandent de nombreux groupes d'affaires, d'universitaires, de promotion de la santé et de l'alcool.

Tableau 1 – Taux des droits d'accise fédéraux en vigueur

| Catégorie | Taux réel | Taux par LAA | Taux par consommation normale* |
|---------------------|-----------------|--------------|--------------------------------|
| Spiritueux | 11,696 \$/laa | 11,696 \$ | 20 cents |
| Panachés | 0,295 \$/litre | 4,21 \$ | 7 cents |
| Vin canadien | 0,00 \$ | 0,00 \$ | 0 cent |
| Autre vin | 0,62 \$/litre | 5,17 \$ | 9 cents |
| Bière | 0,3122 \$/litre | 6,24 \$ | 10.5 cents |

*Nota : lorsqu'une consommation normale contient 17,05 ml d'alcool pur

La structure en vigueur n'a pas suivi l'évolution du marché, des perceptions des consommateurs et des choix de consommations, des procédés de fabrication et de l'innovation au niveau des produits. Des modifications des taux d'accise adoptées en 2006 ont de plus exacerbé considérablement les anomalies fiscales historiques et la charge fiscale imposée aux diverses catégories d'alcool de bouche.

Tableau 2 : Revenus fédéraux tirés de la taxe d'accise sur l'alcool de bouche 2006-2015

| Catégorie | \$ 2006 | Part | \$ 2015 | Part | % \$ Changement |
|-------------------|-------------|--------|-------------|--------|--------------------|
| Spiritueux | 485,8 M\$ | 35,8 % | 683,1 M\$ | 44,4 % | +40,6 % |
| Panachés | 30,1 M\$ | 2,2 % | 22,3 M\$ | 1,4 % | -25,9 % |
| Bière | 587,5 M\$ | 43,3 % | 563,2 M\$ | 36,6 % | -4,1 % |
| Vin | 252,1 M\$ | 18,6 % | 271,5 M\$ | 17,6 % | +7,7 % |
| Total | 1 355,5 M\$ | 100 % | 1 540,1 M\$ | 100 % | +13,6 % |

On estime qu'il faudrait réduire de 2,20 \$ le laa le taux en vigueur des droits d'accise imposés sur les spiritueux pour simplement ramener au niveau de 2006 la part du revenu total produit par les spiritueux que le fédéral tire des droits d'accise sur l'alcool.

A. Recommandations sur les réformes des droits d'accise

1. Pour réduire l'écart discriminatoire qui existe au niveau des droits d'accise entre diverses catégories d'alcools de bouche, il faudrait commencer par ramener les droits d'accise sur les spiritueux à 6 \$ le laa sur la première tranche de 100 000 laa de chaque producteur et assujettir le volume restant à un taux de 11 \$ le laa. Cette approche graduée proposée pour les spiritueux ressemble aux réductions des droits d'accise déjà en cours sur la première tranche de 7 500 000 litres de la production annuelle des producteurs de bière, mais elle est beaucoup moins généreuse que l'exemption totale de l'ensemble des droits d'accise accordée aux vins canadiens.
2. Pour accroître la transparence et mieux harmoniser les droits d'accise avec la teneur réelle en alcool de chaque produit, il faudrait baser tous les droits et les taxes fédéraux sur l'alcool de bouche sur la teneur en alcool par litre (c.-à-d. par laa et non par litre de liquide).
3. Il faudrait publier un rapport annuel des « dépenses fiscales » liées aux droits d'accise fédéraux afin de quantifier le coût et la valeur du droit d'accise fédéral et des dérogations fiscales par rapport au point de repère annoncé pour les bénéficiaires particuliers de l'avantage déterminé.

Il importe de signaler que le Royaume-Uni a réduit ses propres droits d'accise sur le whisky écossais et d'autres spiritueux de 2 % ou de £0,56/laa (0,97 \$ CDN/laa) dans son budget de 2015. Comme le disait le chancelier de l'Échiquier du R.-U., la réduction du droit visait à « appuyer une des exportations les plus importantes du R.-U. » et « appuyer encore davantage la grande réussite britannique qu'est l'industrie du whisky écossais » [TRADUCTION].

De plus, selon HM Revenue and Customs du R.-U., la réduction du droit a contribué en réalité à augmenter de £124 millions (215 millions de dollars canadiens) le produit que le Trésor de Sa Majesté tire des spiritueux au cours de l'exercice 2016 par rapport à l'année précédente. Selon le chef de la direction de la Scotch Whisky Association (SWA), la leçon à tirer de la décision que R.-U. a prise de réduire son droit d'accise en 2015 est la suivante : « Bref, lorsqu'on réduit une taxe inutilement lourde, les recettes augmentent en réalité, ce qui propulse la confiance des consommateurs et de l'industrie. » [TRADUCTION]

Comme il s'agit de la première taxe appliquée à l'alcool de bouche vendu au Canada, les droits d'accise fédéraux sont ensuite frappés de taxes répétitives

tout au long de la chaîne de valeur du projet. Dans le cas des spiritueux, ces taxes provinciales et fédérales supplémentaires sont des taxes à la valeur en nature, c.-à-d. un pourcentage de taxe de base appliqué au prix d'un produit. Il s'ensuit que le fardeau fiscal supplémentaire « modeste » à l'origine imposé sur les spiritueux, soit quelque 10 cents par consommation normale (1,75 \$ la bouteille de 750 ml) passe à 30 cents par consommation normale au niveau de la vente au détail (plus de 5,25 \$ la bouteille de 750 ml).

Commerce interprovincial

Les mesures et les politiques provinciales discriminatoires qui frappent l'alcool de bouche imposent des inefficiences et des coûts très importants au marché canadien de l'alcool de bouche. En fait, compte tenu de l'expansion de ces mesures protectionnistes au cours des dernières années, le Canada n'a jamais été plus loin de créer un marché de l'alcool de bouche vraiment canadien : nous avons plutôt 10 marchés provinciaux très distincts de l'alcool de bouche.

La « balkanisation » de notre marché intérieur rend un marché relativement petit et inefficace encore plus petit et moins efficace, moins attrayant pour les investisseurs et moins rentable.

La commercialisation et la vente qui coûtent plus cher et sont plus complexes au Canada font plus qu'entraver le marché intérieur : elles enlèvent aussi des ressources au développement des marchés internationaux.

La principale exportation de l'industrie qui attire l'intérêt, soit le « whisky canadien » et le « whisky de seigle canadien », fait directement concurrence à d'autres grands whiskys du monde, dont le whisky écossais, le whisky irlandais et le bourbon américain, sur les marchés étrangers.

Il faut investir beaucoup d'argent pour lancer, commercialiser et vendre des biens de consommation de marque de grande valeur sur les marchés étrangers. Dans le cas des nouveaux marchés, c'est le marché intérieur qui doit fournir ces investissements. Des fardeaux fiscaux excessifs (y compris les droits d'accise fédéraux) et des marchés provinciaux inefficaces se conjuguent pour épuiser les moyens financiers qui permettent aux producteurs canadiens de livrer une concurrence efficace aux producteurs de whisky qui obtiennent beaucoup plus d'appuis concrets de leurs gouvernements et de leurs marchés.

Tableau 3 : Exportations canadiennes d'alcool de bouche (2015)

| Catégorie | Valeur | Part |
|-----------|----------|-------|
| Cidre | 42,0 M\$ | 4,2 % |
| Vin | 81,9 M\$ | 8,3 % |

| | | |
|-------------------|-----------|--------|
| Bière | 220,4 M\$ | 22,2 % |
| Spiritueux | 646,4 M\$ | 65,3 % |
| Total | 990,7 M\$ | 100 % |

Source : Données sur le commerce en direct d'Industrie Canada

Le programme robuste de libéralisation du commerce du Canada a réussi à transformer en nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes des marchés étrangers jusque là en grande partie fermés ou peu attrayants sur le plan financier. Les politiques intérieures empêchent toutefois d'exploiter à fond ces nouveaux débouchés en limitant sérieusement les ressources financières disponibles pour les développer et les exploiter.

Sans compter qu'il alourdit les coûts pour les entreprises, le fouillis complexe de politiques provinciales nuit aux consommateurs canadiens qui doivent payer plus cher et ont moins de choix que sur un marché national de l'alcool de bouche qui serait ouvert, concurrentiel, et obéirait aux forces du marché.

Les politiques provinciales protectionnistes sur l'alcool de bouche varient par leur nature et leur portée, mais on peut en général les répartir en deux catégories : accès préférentiel au marché ou avantages fiscaux directs. Ces mesures sont souvent déguisées en aide simple et assistance aux producteurs de la province, mais elles créent de la discrimination contre les producteurs canadiens d'une autre province.

B. Recommandations sur le commerce interprovincial

1. Éliminer progressivement toutes les dérogations aux obligations de non-discrimination prévues à l'Accord sur le commerce intérieur du Canada. Ces dérogations devaient être des mesures provisoires pour donner aux secteurs d'activité nouveaux ou en développement le temps de s'adapter à un marché ouvert et concurrentiel.
2. Appliquer à la totalité de l'alcool provenant de l'extérieur de la province des marges provinciales normalisées et transparentes équivalant à la marge la plus basse appliquée à tout produit semblable de l'alcool fabriqué dans la province.
3. Accorder aux investisseurs une protection au moins égale à celles dont bénéficient les entreprises étrangères en vertu de l'ALENA et de l'AECG.
4. Prévoir des dispositions solides de règlement indépendant des différends conformes à l'objectif de l'article 121 de la Constitution canadienne afin

d'assurer que les produits d'une province sont traités de la même façon que ceux des producteurs de la province.

Conclusion

Le Canada a du retard sur des paramètres internationaux clés en ce qui concerne à la fois l'innovation et la croissance du commerce international. Le secteur de l'alcool de bouche constitue un microcosme de certaines des raisons de ce bilan défavorable.

Des répercussions inattendues de politiques intérieures, y compris les droits d'accise fédéraux et les obstacles au commerce interprovincial, se conjuguent pour entraver l'innovation et étouffer la croissance des exportations.

Le leadership du fédéral et des changements importants des politiques s'imposent pour supprimer les obstacles qui empêchent de libérer totalement l'innovation sur les marchés de l'alcool de bouche canadiens. Cette innovation catalysera la croissance au Canada et à l'étranger pour le bénéfice des consommateurs, des agriculteurs, des producteurs et des milliers de Canadiens dont le gagne-pain dépend de la fabrication locale d'alcool de bouche.

Les exportateurs d'alcool de bouche qui connaissent du succès et exportent des produits variant du whisky écossais à la tequila mexicaine en passant par les vins de Bordeaux bénéficient de l'appui de gouvernements qui attachent de la valeur au potentiel des exportations et cherchent à maximiser les possibilités de réussite. Ces gouvernements reconnaissent les liens directs entre la réussite et l'expansion des exportations, d'une part, et la création de richesses pour la classe moyenne, de l'autre.

De nouveaux investissements s'imposent pour propulser l'innovation nécessaire et cruciale à la croissance sur un marché mondial très concurrentiel. Le consommateur d'alcool de bouche d'aujourd'hui exige cette innovation. De nouveaux produits et de nouvelles marques, bien sûr, mais aussi de nouveaux emballages, de nouvelles promotions, de nouveaux moyens de commercialisation, de nouvelles stratégies de communication et de nouvelles possibilités de mobilisation des consommateurs.