

# **Impact d'une libéralisation partielle de la distribution des vins et alcools au Québec sur les finances du Gouvernement du Québec**

---

## **Étude d'impact financier**

---

**Frédéric Laurin, Ph.D. en économie**  
Professeur en économie  
Département des sciences de la gestion  
Université du Québec à Trois-Rivières  
Tel: 819 376-5011 poste 3118  
Courriel: Frederic.Laurin@uqtr.ca

---

**2<sup>ième</sup> version préliminaire – Mars 2012**

## Table des matières

Résumé exécutif .....	4
Introduction.....	6
Section 1 : Un système plus avantageux .....	8
1.1 Notre proposition de libéralisation partielle.....	8
1.2 Avantages du point de vue des consommateurs québécois.....	8
1.3 Avantages du point de vue des producteurs québécois de vins et alcools.....	14
1.4 Accompagner l’enthousiasme des québécois pour les vins et les alcools de qualité .....	14
Section 2 : Évolution du marché suite à une libéralisation partielle.....	19
Section 3 : Estimation de l’évolution du marché des vins et alcools au Québec .....	21
3.1 Évolution des ventes de vin.....	21
3.1.1 Hypothèses : ventes totales de vin.....	21
3.1.2 Résultats : évolution des ventes de vin .....	25
3.2 Estimation des ventes de vin de la SAQ .....	25
3.2.1 Les hypothèses : ventes de vin à la SAQ.....	29
3.2.2 Résultats : estimation des ventes de vin de la SAQ.....	30
3.3 Estimation des ventes de spiritueux.....	30
3.3.1 Les hypothèses : ventes totales de spiritueux.....	31
3.3.2 Résultats : estimation des ventes de spiritueux - Marché et SAQ .....	31
3.4 Marché de la bière.....	33
Section 4 : Estimation des profits de la SAQ.....	35
4.1 Estimation des coûts d’exploitation de la SAQ.....	35
4.2. Résultats : bénéfices nets de la SAQ .....	40
Section 5 : Autres retombées financières. ....	43
5.1 Retombées économiques : développement d’un réseau de cavistes.....	44
5.2 Retombées économiques : croissance du marché des vins et alcools du Québec .....	47
5.2.1 Estimation des ventes de vin québécois .....	47
5.2.2 Estimation des ventes de spiritueux et autres alcools québécois.....	48
5.3 Vins et alcools du Québec : Impact total sur les finances publiques .....	48
Section 6 : Impact total sur les finances du Gouvernement du Québec.....	51
Annexe 1.....	55

## Liste des Tableaux

Tableau 1 : Comparaison des prix Belgique – Québec, vin d'Alsace (en dollars canadiens).....	10
Tableau 2 : Comparaison des prix États-Unis – Québec, divers vins (en dollars canadiens).....	11
Tableau 3 : Prix d'une sélection de vin du Languedoc vendus en importation privée au Québec	13
Tableau 4 : Estimation de l'évolution des ventes de vin au Québec – Scénario A.....	27
Tableau 5 : Estimation de l'évolution des ventes de vin au Québec – Scénario B.....	28
Tableau 6 : Estimation de l'évolution de spiritueux au Québec.....	32
Tableau 7 : Estimation de l'évolution de bières au Québec.....	34
Tableau 8 : Estimation des ventes totales de la SAQ – Scénario A .....	36
Tableau 9 : Estimation des ventes totales de la SAQ – Scénario B .....	37
Tableau 10 : Résultats d'exploitation SAQ – Résultats totaux .....	38
Tableau 11 : Résultats d'exploitation SAQ par litre vendu.....	39
Tableau 12 : Estimation des résultats d'exploitation de la SAQ – Scénario A.....	42
Tableau 13 : Estimation des résultats d'exploitation de la SAQ – Scénario B.....	42
Tableau 14 : Impact économique et financier du développement d'un réseau de cavistes – Scénario A.....	45
Tableau 15 : Impact économique et financier du développement d'un réseau de cavistes – Scénario B.....	46
Tableau 16 : Impact économique et financier de la croissance de la production de vins et alcools québécois. ....	50
Tableau 17 : Impact total – Scénario A .....	53
Tableau 18 : Impact total sur les finances du Gouvernement du Québec – Scénario B.....	54
Tableau A1 : Part estimée par segment de prix .....	56

## Liste des Figures

Graphique 1 : Taux de croissance du marché du vin au Canada entre 1997 et 2007 .....	15
Graphique 2 : Evolution de la consommation annuelle de vin par habitant (en litres) .....	16
Graphique 3 : Consommation annuelle de vin par habitant (en litres) en 2010.....	16

## Résumé exécutif

Dans la présente étude, nous estimons **l'impact sur les finances du Gouvernement du Québec** d'une libéralisation partielle de la distribution des vins et alcools au Québec.

L'existence d'un monopole au Québec contribue à réduire considérablement la gamme de produits disponibles pour le consommateur québécois, limitant son plaisir de la découverte et de la dégustation.

Dans l'ouvrage « Où sont les vins? » (Éditions Hurtubise, 2009), qui discute plus largement du problème de la distribution des vins et alcools au Québec et du manque de diversité de vins vendus au Québec, l'économiste Frédéric Laurin propose une libéralisation partielle du marché québécois.

Cette proposition consiste à autoriser de petites boutiques de vin (*cavistes*) à importer, distribuer et vendre librement les vins et alcools au Québec. Ce réseau de cavistes permettrait d'offrir aux consommateurs québécois une plus grande diversité de vins et alcools, à des prix plus abordables, ainsi qu'un service à la clientèle dynamique et personnalisé favorisant l'essor de la qualité et de la gastronomie au Québec.

Sur le coup, la concurrence des cavistes se traduirait par une baisse des prix – donc une réduction des marges bénéficiaires – et par une perte de parts de marché pour la SAQ. Selon nos estimations, la concurrence induirait une chute des prix d'au moins 30%. Le premier réflexe serait donc de croire qu'une libéralisation conduirait à une perte nette de revenus pour l'État.

Mais les impacts d'une libéralisation sont plus vastes et, à terme, bénéficieraient au Gouvernement du Québec :

► **Croissance de la production des vins et alcools du terroir produits au Québec** : le système de monopole actuel défavorise nettement les produits d'ici. Le Québec ne favorise pas sa propre production viticole. En effet, de très nombreux producteurs québécois choisissent de ne pas distribuer leurs produits à la SAQ, puisque les procédures et la logistique y sont tout simplement trop complexes ou coûteuses. Mais surtout, la SAQ applique indifféremment une marge de 145% sur ces produits, ce qui fait augmenter le prix de vente des produits québécois à un niveau tel qu'il décourage le client.

Un marché partiellement libéralisé favoriserait nettement l'industrie des vins et alcools du terroir québécois, se traduisant à terme par une production supplémentaire de 63 millions de dollars par année. Le développement de ce secteur agro-touristique devrait donc générer de l'activité économique, impliquant augmentation des recettes de taxes et d'impôts pour le Gouvernement du Québec. Selon nos calculs, il s'agit de retombées économiques substantielles, s'élevant à terme à 45 millions de dollars d'impact sur le PIB québécois annuellement, et représentant 2,1 millions de dollars par année pour le budget de l'État.

► **Croissance du marché du vin** : une baisse des prix stimulerait les ventes, tant sur les quantités que sur la qualité des vins, accompagnant l'engouement grandissant des québécois pour la bonne table et les produits fins. Les Québécois qui sont plus limités financièrement auront enfin accès à de bons vins. La croissance des ventes de vin suite à cette baisse de prix devrait soutenir les profits de la SAQ, ainsi que les taxes sur la consommation de vins achetés chez les cavistes.

► **Consommation de qualité** : le service personnalisé des cavistes, leur enthousiasme, leur travail de promotion et de partage des connaissances sur le vin devraient dynamiser le marché des vins et alcools de qualité au Québec.

La SAQ, grâce à sa puissance commerciale, son image de marque et sa présence partout sur le territoire québécois, devrait à terme bénéficier de cette croissance générale du marché, contribuant à augmenter ses profits. Ainsi, ces deux derniers facteurs feraient augmenter les profits de la SAQ d'un montant supplémentaire variant entre 127 millions à 168 millions de dollars par année.

► **Retombées économiques du développement d'un réseau de cavistes** : l'établissement d'un petit réseau de cavistes devrait soutenir l'entrepreneuriat local. Des retombées économiques directes et indirectes devraient donc en découler, permettant au Gouvernement de collecter davantage de recettes d'impôts et de taxes. L'impact commercial des cavistes sur les finances du Gouvernement se chiffrerait dans une fourchette de 12 millions à 27 millions de dollars par année.

**Au total, les recettes annuelles pour le Gouvernement liées à notre proposition passeraient de 867 millions de dollars par année, dans le système actuel, à un montant variant de 410 millions à 761 millions de dollars à terme, selon les scénarios retenus.**

**En même temps, l'activité économique des cavistes et des producteurs québécois générerait des retombées économiques de l'ordre de 142 millions à 252 millions de dollars par année sur l'ensemble de l'économie québécoise, créant de 2 553 à 5 036 emplois supplémentaires.**

Ces estimations sont obtenues en utilisant des hypothèses très conservatrices. Toutefois, les deux principaux bénéficiaires de cette libéralisation restent le consommateur québécois qui pourra apprécier des vins et alcools de qualité, dans toute leur diversité, et les producteurs québécois du terroir qui trouveront, enfin, de bien meilleures conditions assurant l'essor de la filière viticole au Québec.

Notons que cette proposition n'implique pas la privatisation ou la disparition de la Société des alcools du Québec, puisque le nouveau régime décrit ci-haut se développerait en parallèle au réseau de distribution actuel de la SAQ.

De plus, notre proposition offrirait aux individus la possibilité de pouvoir librement importer des vins et alcools, dans des quantités limitées à une consommation personnelle, sans contraintes administratives excessives (importations privées simplifiées).

# ÉTUDE D'IMPACT FINANCIER - IMPACT D'UNE LIBÉRALISATION PARTIELLE DE LA DISTRIBUTION DES VINS ET ALCOOLS AU QUÉBEC SUR LES FINANCES DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

## Introduction

L'objectif de cette étude est d'estimer les conséquences financières du point de vue du Gouvernement du Québec d'une libéralisation partielle de la distribution des vins et alcools au Québec.

Notre proposition de libéralisation partielle autoriserait de petites boutiques de vin (*cavistes*) – disposant d'un nouveau type de permis d'alcool – à importer, distribuer et vendre librement les vins et alcools au Québec. Il s'agirait donc d'une ouverture partielle du marché de la distribution des vins et alcools au Québec. Ce réseau de petits cavistes permettra d'offrir aux consommateurs québécois une plus grande diversité en vins et alcools, à des prix plus abordables. De plus, notre proposition offrirait aux individus la possibilité de pouvoir librement importer des vins et alcools, dans des quantités limitées à une consommation personnelle, sans contraintes administratives excessives (importations privées simplifiées).

Cette proposition n'implique pas la privatisation ou la disparition de la Société des alcools du Québec (SAQ). En effet, le nouveau régime décrit ci-haut se développerait en parallèle au réseau de distribution actuel de la SAQ.

Quel en sera l'impact sur les finances publiques québécoises? A titre de société d'État, les profits de la SAQ sont versés au Gouvernement sous forme de dividendes. Ainsi, les variations de profits de la SAQ impactent directement les finances de l'État. Évidemment, la concurrence des cavistes se traduira par une baisse des prix, donc une réduction des marges bénéficiaires, et par une perte de parts de marché pour la SAQ.

Le premier réflexe serait donc de croire qu'une libéralisation conduirait à une perte nette de revenus pour l'État. Or, l'impact de cette proposition de libéralisation partielle sur les finances publiques est beaucoup plus complexe et se manifesterait à travers trois effets :

- 1) **Profits de la SAQ** : Avec la concurrence des cavistes, la SAQ accuserait une chute de rentabilité sur le coup. Mais, en contrepartie, le développement d'un réseau de cavistes dynamiques et compétents contribuera à stimuler la consommation de vins et alcools sur le plan de la qualité. La SAQ, grâce à sa puissance commerciale, son image de marque et sa présence partout sur le territoire québécois, devrait à terme bénéficier de cette croissance générale du marché, contribuant à augmenter ses profits.
- 2) **Retombées économiques du développement d'un réseau de cavistes** : l'établissement d'un petit réseau de cavistes devrait stimuler l'entrepreneuriat local, générant de l'activité économique et la création d'emplois. Des retombées économiques directes et indirectes devraient donc en découler, permettant au Gouvernement de collecter davantage de recettes d'impôts et de taxes.

- 3) **Retombées économiques découlant de la croissance de la production des vins et alcools du Québec** : un marché partiellement libéralisé devrait nettement favoriser la vente de vins et alcools du terroir québécois. Le développement de ce secteur agro-touristique devrait lui aussi générer de l'activité économique, se traduisant par une augmentation des recettes de taxes et d'impôts pour le Gouvernement du Québec.

Dans cette étude, nous tentons donc d'estimer l'impact financier de chacun de ces trois conséquences induites par une libéralisation partielle de la distribution des vins et alcools au Québec. Nous travaillons avec des hypothèses que nous croyons réalistes et conservatrices, selon notre meilleure connaissance du marché de la distribution des vins et alcools au Québec. Cependant, l'objectif est moins d'arriver à des prédictions absolument exactes, que de donner des ordres de grandeurs globaux permettant de mieux apprécier l'ensemble des conséquences financières d'une telle proposition.

Nous allons montrer que le Gouvernement du Québec n'est pas nécessairement perdant financièrement d'une libéralisation partielle. Évidemment, dans un premier temps, avec la diminution des profits de la SAQ, le Gouvernement subirait le contrecoup de cette proposition. Mais, après quelques années, les recettes totales découlant de la libéralisation connaîtraient une croissance importante. D'abord, la SAQ rattraperait en partie son niveau de profits. De plus, l'activité commerciale venant de l'émergence d'un réseau de cavistes apporte à l'État de nouvelles recettes d'impôts et de taxes. Mais surtout, le développement de la filière des vins et alcools du Québec génère d'importantes retombées économiques dont bénéficiera grandement le Gouvernement du Québec.

Mais auparavant, nous décrivons dans la prochaine section les avantages de cette proposition de libéralisation tant du point de vue des consommateurs québécois, que des producteurs québécois de vins et alcools du terroir.

## Section 1 : Un système plus avantageux

Notre proposition de libéralisation partielle est très avantageuse tant du point de vue des consommateurs que des producteurs québécois de vins et alcools. Le consommateur jouira d'avantages liés à de meilleurs prix, un service à la clientèle plus adapté, mais surtout une plus grande accessibilité à des produits diversifiés ainsi qu'une meilleure qualité. Le producteur québécois, quant à lui, bénéficiera d'un accès beaucoup plus facile et direct au marché québécois.

Pour une présentation plus exhaustive de cette problématique, le lecteur est référé à mon ouvrage « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », aux Éditions Hurtubise, qui décrit en détail le problème d'une distribution monopolistique des vins et alcools au Québec, en particulier du point de vue de la diversité et de l'amateur de vin. La présente section est largement inspirée de cet ouvrage.

Mais auparavant, nous décrivons ce système de libéralisation partielle du marché de la distribution des vins et alcools au Québec.

### 1.1 Notre proposition de libéralisation partielle

Cette libéralisation partielle consisterait en :

- la création d'un nouveau permis d'alcool permettant à de petites boutiques de vin (*cavistes*) de pouvoir importer, distribuer et vendre librement les vins et alcools au Québec, afin d'offrir aux consommateurs québécois une plus grande diversité en vins et alcools, à des prix plus abordables;
- la possibilité aux individus de pouvoir librement importer des vins et alcools, dans des quantités limitées à une consommation personnelle, sans contraintes administratives excessives (importations privées simplifiées).

Cette proposition n'implique pas la privatisation ou la disparition de la Société des alcools du Québec (SAQ). En effet, le nouveau régime décrit ci-haut se développerait en parallèle au réseau de distribution actuel de la SAQ.

Les boissons alcooliques seraient assujetties aux mêmes taxes et accises qu'aujourd'hui, tout comme le sont les cigarettes pourtant vendues sans monopolisation. Évidemment, les produits alcooliques continueront d'être soumis à des contrôles sanitaires indépendants, comme c'est le cas pour n'importe quel autre produit alimentaire au Canada. Pour assurer un certain contrôle, les cavistes seront tenus de se procurer un permis de vente d'alcool spécifique à cette nouvelle fonction.

### 1.2 Avantages du point de vue des consommateurs québécois

Du point de vue des consommateurs québécois, les avantages de cette proposition sont les suivants :

- Accès à une plus grande **diversité** de vins;



- Meilleurs prix;
- Meilleur service à la clientèle;
- Accès à une plus grande **qualité** de vin.

**Accès à une plus grande diversité de vins**<sup>1</sup>. Avec un processus de sélection restrictif, bureaucratique et basé essentiellement sur des critères financiers, la SAQ agit comme un goulot d'étranglement sur la diversité de produits que l'on retrouve sur le marché québécois. Ce processus de sélection, emprunté aux impitoyables procédés commerciaux des grandes chaînes d'alimentation, conduit à une gamme malheureusement bien éloignée du choix de vin que pourrait privilégier un caviste ou un amateur de vin. En cours de route, le système exclut nombre de vins intéressants, pourtant appréciés dans plusieurs pays au monde, qui n'ont dès lors aucun accès à l'unique distributeur du Québec... puisque la SAQ a le monopole de la vente et de l'importation!

Le processus de sélection de la SAQ défavorise en particulier les petites productions typiques. Les critères financiers, l'exigence de prix compétitifs et l'importance des budgets promotionnels exigés par la SAQ favorisent les très grands fournisseurs et les multinationales du vin aux dépens des producteurs plus modestes. Or, c'est le petit producteur qui est à mieux d'offrir une typicité capable de surprendre et séduire l'amateur de vin.

Il existe une soixantaine d'agences de vin au Québec dont le rôle est d'abord de représenter des producteurs de vin auprès de la SAQ. Mais aussi, ces agences réalisent l'essentiel des « importations privées » qui permettent d'importer – toujours à travers l'intermédiaire de la SAQ – des vins qui ne sont pas disponibles dans le catalogue de cette dernière. Grâce à ce système d'agences privées, il est donc possible d'accéder à une large palette de produits très intéressants en dehors du réseau formel de la SAQ. Mais ce système d'importations privées est coûteux et peu flexible puisqu'il faut acheter en caisse de 6 ou 12 bouteilles. Si le consommateur tente de faire de l'importation privée sans passer par l'intermédiaire d'une agence, le processus devient complexe et très lent (entre 4 et 6 mois pour recevoir la commande). C'est ainsi qu'il est surtout réservé à la restauration ou aux grands amateurs. Notons que, dans ce système, la SAQ garde la mainmise sur la distribution et sur la fixation des prix qui demeurent très élevés.

Cependant, plusieurs de ces agences auraient la capacité d'ouvrir très rapidement et facilement une boutique de vin suite à une libéralisation partielle du marché, étant dotées d'un local, d'un site Internet, d'une expertise, d'un catalogue de vin intéressant ainsi que d'un réseau de contact international.

Ainsi, cette proposition de libéralisation partielle permettrait au consommateur québécois d'acheter n'importe quel vin dans le monde, sans restriction monopolistique en amont, et dans les quantités qu'il souhaite, grâce à l'émergence de cavistes et de l'importation personnelle venant compléter l'offre de la SAQ. Les amateurs de vin pourront enfin goûter à toute la richesse de la culture viticole, car le plaisir du vin se déguste dans sa diversité!

**Meilleurs prix.** En plus les taxes et accises applicables sur les produits alcooliques au Québec, la SAQ, à titre de monopole, applique une marge de 145% en moyenne sur le prix du vin vendu au

<sup>1</sup> Ce thème est largement inspiré du chapitre 2 de : Laurin, Frédéric. « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », Éditions Hurtubise, 2009.

Québec. Selon nos estimations, la concurrence d'un réseau parallèle de cavistes permettra de diminuer les prix d'au moins 30%. Cette baisse de prix stimulera la consommation du vin au Québec tant en quantité, mais surtout en qualité, accompagnant l'engouement grandissant des québécois pour la bonne table et les produits fins.

Le Tableau 1 montre la différence de prix entre une sélection de vins d'Alsace vendus en Belgique et à la SAQ. La différence moyenne s'élève à 25,7%<sup>2</sup>. Nous avons aussi réalisé une comparaison des prix entre les États-Unis (différents fournisseurs) et la SAQ pour une sélection de vins français (Tableau 2, page suivante). La différence entre le prix de la SAQ et le prix moyen aux États-Unis est de 37,9%.

**Tableau 1 : Comparaison des prix Belgique – Québec, vin d'Alsace (en dollars canadiens)**

Nom	Prix Belgique		Prix SAQ	Écart Prix
	Euro	Conversion \$CAN		
Calixte Brut Crémant d'Alsace mousseux rosé	11,08 €	17,17 \$	21,05 \$	22,6%
Wolfberger Crémant d'Alsace mousseux	9,90 €	15,35 \$	20,20 \$	31,6%
Gentil Hugel Alsace 2006	7,00 €	10,85 \$	16,80 \$	54,8%
Gewurztraminer Hugel Alsace 2006	11,75 €	18,21 \$	19,75 \$	8,4%
Gewurztraminer Jubilee Hugel Alsace 2003	20,95 €	32,47 \$	39,25 \$	20,9%
Gewurztraminer Les Princes Abbés Schlumberger Alsace 2004	11,80 €	18,29 \$	27,40 \$	49,8%
Gewurztraminer sélection de grains nobles Hugel Alsace 1989	70,00 €	108,50 \$	132,00 \$	21,7%
Gewurztraminer sélection de grains nobles Hugel Alsace 1989	70,00 €	108,50 \$	128,00 \$	18,0%
Gewurztraminer sélection de grains nobles Trimbach Alsace 1989	146,20 €	226,61 \$	173,00 \$	-23,7%
Pinot gris Léon Beyer Alsace 2006	15,81 €	24,51 \$	19,60 \$	-20,0%
Pinot gris Tradition Hugel Alsace 2004	11,50 €	17,83 \$	27,50 \$	54,3%
Riesling Cuvée Frédéric Émile Trimbach Alsace 2003	22,25 €	34,49 \$	52,00 \$	50,8%
Riesling Herrenweg Turckheim Zind-Humbrecht Alsace 2004	18,50 €	28,68 \$	38,50 \$	34,3%
Riesling Hugel Alsace 2006	10,75 €	16,66 \$	17,80 \$	6,8%
Riesling Jubilee Réserve Personnelle Hugel Alsace 2003	22,30 €	34,57 \$	37,75 \$	9,2%
Riesling Léon Beyer Réserve Alsace 2006	14,40 €	22,32 \$	17,50 \$	-21,6%
Riesling vendange tardive Hugel Alsace 1989	46,10 €	71,46 \$	74,00 \$	3,6%
Pinot gris Lucien Albrecht Alsace 2004	5,49 €	8,51 \$	19,10 \$	124,5%
Pinot gris Willm Réserve Alsace 2006	12,56 €	19,47 \$	16,25 \$	-16,5%
Gewurztr. Cuvée Comtes d'Eguisheim Léon Beyer Alsace 2000	27,67 €	42,89 \$	44,25 \$	3,2%
Gewurztraminer Les Sorcières Dopff&Irion Alsace 2004	17,60 €	27,28 \$	25,00 \$	-8,4%
Pinot Gris Réserve	10,25 €	15,89 \$	31,50 \$	98,3%
Gewurztraminer Schlumberger "Les Princes d'Abbés" Alsace	11,90 €	18,45 \$	29,55 \$	60,2%
Tokay Pinot Gris Réserve	10,25 €	15,89 \$	21,30 \$	34,1%
<b>Différence moyenne de prix</b>				<b>25,7%</b>

Laurin, Frédéric. « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », Éditions Hurtubise, 2009.

Dans le Tableau 3 (page 11), on indique les différentes composantes du prix d'une sélection de vins du Languedoc offerts en importation privée. La SAQ impose une marge monopolistique substantielle sur le coût de base du produit (prix du producteur plus coût de transport, taxes et douanes). Par contre, en supposant une marge de profit de 20% (la marge de profit dans le domaine de l'alimentation au Québec varie entre 10% et 20%), la libéralisation partielle

<sup>2</sup> Mais nous ne tenons pas compte du coût de la vie ici, ce qui aurait pour effet d'accroître substantiellement cet écart, qui serait alors de 75,80%. Voir Laurin, Frédéric. « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », Éditions Hurtubise, 2009.

**Tableau 2 : Comparaison des prix États-Unis – Québec, divers vins (en dollars canadiens)**

	Prix SAQ	Prix USA			Écart Prix
		Moyenne	Min	Max	
Chardonnay Domaine Astruc Limoux 2009	19,20 \$	12,07 \$	12,07 \$	12,07 \$	59,07%
Château Cazeneuve Calcaires Pic St-Loup Coteaux Languedoc 2008	20,80 \$	17,42 \$	16,16 \$	18,68 \$	19,40%
Château de Sérème Corbières 2007	17,90 \$	13,52 \$	11,76 \$	15,04 \$	32,42%
Château Paul Mas Clos des Mûres Coteaux du Languedoc 2009	19,75 \$	16,13 \$	15,22 \$	16,58 \$	22,47%
Château Sainte-Eulalie Plaisir D'Eulalie Minervois 2009	15,60 \$	10,72 \$	10,72 \$	10,72 \$	45,52%
Château Saint-Martin Garrigue Coteaux du Languedoc 2008	24,40 \$	14,89 \$	13,72 \$	16,05 \$	63,92%
Domaine Cazes Marie-Gabrielle Côtes du Roussillon 2009	18,50 \$	11,79 \$	11,79 \$	11,79 \$	56,91%
Domaine d'Aupilhac Lou Maset Coteaux du Languedoc 2009	14,95 \$	13,44 \$	10,71 \$	15,68 \$	11,25%
Frédéric Malibeu Les Rouillères Saint-Nicolas-de-Bourgeuil 2008	20,15 \$	19,27 \$	14,00 \$	26,07 \$	4,57%
Gamay Domaine de La Charmoise Touraine 2010	16,40 \$	11,21 \$	9,02 \$	14,62 \$	46,25%
Gentil Hugel Alsace 2009	17,15 \$	12,55 \$	9,76 \$	14,17 \$	36,68%
Jacquesson Cuvée No 734 Brut Champagne 2006	60,75 \$	50,00 \$	50,00 \$	50,00 \$	21,50%
La Pinède Collioure 2008	21,15 \$	16,64 \$	14,04 \$	19,06 \$	27,09%
Laurent-Perrier Brut Champagne	64,25 \$	32,08 \$	29,42 \$	34,10 \$	100,26%
Les Sorcières du Clos des Féés Côtes du Roussillon 2009	18,75 \$	17,15 \$	14,04 \$	19,50 \$	9,33%
Marc Brédif Vouvray 2009	19,25 \$	18,12 \$	15,80 \$	22,06 \$	6,27%
Mas Belles Eaux Les Coteaux Coteaux du Languedoc 2005	29,25 \$	19,16 \$	14,60 \$	22,43 \$	52,67%
Mas Jullien Rosé coteaux-du- languedoc rosé 2010	22,95 \$	20,97 \$	20,48 \$	21,45 \$	9,47%
Pinot gris Willm Réserve Alsace 2009	15,80 \$	12,29 \$	11,90 \$	12,67 \$	28,61%
Pol Roger Brut Champagne	61,25 \$	35,07 \$	33,02 \$	37,08 \$	74,67%
Ruinart Brut Champagne	74,75 \$	60,14 \$	53,73 \$	66,20 \$	24,29%
Riesling Les Princes Abbés Schlumberger Alsace 2007	21,55 \$	18,05 \$	16,80 \$	19,50 \$	19,41%
Riesling Réserve Willm Alsace 2009	16,40 \$	10,77 \$	7,79 \$	14,62 \$	52,32%
Roederer Brut Premier Champagne	66,00 \$	35,64 \$	30,10 \$	38,60 \$	85,21%
<b>Différence moyenne de prix</b>					<b>37,90%</b>

Source : calculs de l'auteur à partir de différents sites Internet.

proposée permettrait aux cavistes de vendre ces vins à des prix de 29% à 272% moins chers que dans le système actuel.

**Meilleur service à la clientèle<sup>3</sup>.** La SAQ n'exige à l'embauche aucune connaissance en vin. En outre, elle n'offre aucune formation œnologique systématique à ses employés. Il est vrai que la SAQ peut compter sur de nombreux conseillers très compétents et dynamiques. Cependant, la SAQ reste un réseau de grande distribution et il est difficile d'offrir un service véritablement personnalisé.

De plus, elle ne fait aucun effort coordonné pour favoriser la culture du vin au Québec. En fait, la SAQ est davantage un « locateur d'espace » qu'un vendeur, en donnant au producteur l'accès à ses tablettes. Mais elle ne va pas plus loin dans la promotion de ses produits, outre les opérations de marketing payées par le producteur. En effet, la SAQ n'entreprend aucune campagne de marketing ou de publicité si elle n'est pas financée directement par les producteurs.

Sauf lors d'occasionnelles visites au Québec, le viticulteur n'a pas de contact direct avec le client. C'est habituellement le rôle de l'agent qui doit se départager sur l'ensemble des 400 succursales

<sup>3</sup> Ce thème est largement inspiré du chapitre 2 : Laurin, Frédéric. « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », Éditions Hurtubise, 2009.

éparpillées sur le territoire québécois! Évidemment, le petit viticulteur n'a pas les moyens financiers pour faire une campagne de publicité capable d'attirer l'attention du consommateur.

À l'opposé, le petit caviste a tout intérêt à promouvoir les vins qu'il choisit d'offrir à ses clients. Il n'est pas restreint par une machine bureaucratique lourde. Il sélectionne les vins selon ses propres coups de cœur, selon la demande de ses clients, selon la qualité et l'intérêt du vin. Évidemment, son bénéfice est directement lié à son aptitude à vendre des bouteilles. Mais au-delà de l'aspect commercial, le caviste choisit son métier souvent par passion pour le vin, qu'il saura transmettre et partager avec ses clients. Il faut sur le marché du vin au Québec de petits cavistes, menées par des gens enthousiastes et connaisseurs, pour faire partager aux consommateurs québécois leur passion du vin, ainsi que des connaissances œnologiques. C'est par ce processus que le niveau de connaissances des québécois pourra se développer, à l'instar du travail de promotion réalisé par les fromageries du Québec depuis 15 ans.

Ce développement des connaissances œnologiques favorisera à terme les produits plus typiques et de qualité, et en particulier les vins de petits producteurs originaux offrant des produits peu chers, mais intéressants.

**Accès à une plus grande qualité de vin.** Face à des prix du vin excessivement élevés, une grande majorité de consommateurs québécois doit se contenter de produits de moindre qualité. Le client moyen à la SAQ achète de façon prédominante des bouteilles dans une moyenne de prix de 13\$. Sous ce prix, on retrouve des produits souvent d'une qualité franchement médiocre. Nous avons d'ailleurs réalisé des tests œnologiques<sup>4</sup> sur une sélection de vins vendus à travers le réseau de la SAQ (voir Annexe 2). Il s'agit de vins dont le prix varie entre 6,69\$ et 13,95\$. Les résultats montrent une dilution marquée (vin coupé à l'eau), ainsi qu'une présence de sucre au-delà de la limite tolérée de 4 g /L de glucose/fructose. Ceci signifie qu'il y a un grand nombre de consommateurs québécois qui, avec leurs moyens financiers limités et des prix excessifs, sont réduits à boire des produits dont la composition relève pratiquement du produit synthétique. Or, la mauvaise expérience que peut avoir le consommateur avec ce type de vin de piètre qualité (mauvais goût, mal de tête, acidité trop élevée, etc.) décourage nettement la consommation de vin, au profit de la bière notamment ou d'autres boissons. Il est désolant de constater qu'une majorité de québécois n'ont pas accès à des vins de bonnes qualités ou plus originaux à cause de la structure de prix excessive d'un monopole, surtout compte tenu de leur enthousiasme pour la gastronomie!

En offrant de meilleurs prix, et en élargissant la diversité disponible à travers des cavistes compétents, notre proposition de libéralisation partielle permettra ainsi aux québécois d'accéder à une plus grande qualité de vin.

---

<sup>4</sup> Les tests ont été réalisés par Oenologia Laboratoire Dejean, localisée à Narbonne (France).

**Tableau 3 : Prix d'une sélection de vin du Languedoc vendus en importation privée au Québec**

	<b>Merlot 2008 Pays d'Oc</b>	<b>BIB Côte de Narbonne rouge (5 litres)</b>	<b>Brut Sauvignon - Mousseux Méthode traditionnelle 2008</b>	<b>Cabernet Sauvignon 2008 Pays d'Oc</b>
<b>Avec marge imposée par la SAQ</b>				
Prix du producteur	8,50 \$ 46,70%	10,50 \$ 15,7%	8,54 \$ 35,7%	3,81 \$ 26,5%
Taxes (TPS et TVQ)	0,78 \$ 4,30%	1,04 \$ 1,6%	0,58 \$ 2,4%	0,32 \$ 2,2%
Douanes et accises	1,38 \$ 7,70%	1,38 \$ 2,1%	1,38 \$ 5,8%	0,56 \$ 3,9%
Transport	0,23 \$ 1,30%	0,23 \$ 0,3%	0,23 \$ 1,0%	0,23 \$ 1,6%
Marge imposée par la SAQ	6,00 \$ 33,40%	52,40 \$ 78,5%	11,97 \$ 50,1%	8,28 \$ 57,5%
Coût de fonctionnement	1,20 \$ 6,70%	1,20 \$ 1,8%	1,20 \$ 5,0%	1,20 \$ 8,3%
<b>TOTAL</b>	<b>18,09 \$ 100%</b>	<b>66,75 \$ 100%</b>	<b>23,90 \$ 100%</b>	<b>14,40 \$ 100%</b>
<b>Prix du vin chez un caviste</b>				
Prix du producteur	8,40 \$ 60,00%	10,50 \$ 62,70%	8,54 \$ 61,40%	3,81 \$ 53,40%
Taxes (TPS et TVQ)	0,78 \$ 5,60%	1,04 \$ 6,20%	0,58 \$ 4,20%	0,32 \$ 4,50%
Douanes et accises	1,38 \$ 9,90%	1,38 \$ 8,20%	1,38 \$ 9,90%	0,56 \$ 7,80%
Transport	0,23 \$ 1,60%	0,23 \$ 1,40%	0,23 \$ 1,70%	0,23 \$ 3,20%
Coût de fonctionnement	1,20 \$ 8,60%	1,20 \$ 7,20%	1,20 \$ 8,60%	1,20 \$ 16,80%
Marge de profit cavistes	2,80 \$ 19,99%	3,59 \$ 20,01%	2,98 \$ 19,99%	1,53 \$ 20,00%
<b>TOTAL</b>	<b>14,01 \$ 100%</b>	<b>17,94 \$ 100%</b>	<b>14,91 \$ 100%</b>	<b>7,65 \$ 100%</b>
<b>Écart de prix</b>	<b>29,12%</b>	<b>272,07%</b>	<b>60,30%</b>	<b>88,24%</b>

### **1.3 Avantages du point de vue des producteurs québécois de vins et alcools**

Du point de vue des producteurs québécois, les avantages de cette libéralisation partielle sont :

- Accès grandement facilité sur le marché québécois, grâce à la multiplication des points de ventes disponibles;
- Croissance des parts de marché grâce à la réduction de la marge de 145% appliquée par la SAQ sur les produits québécois, permettant à ceux-ci de devenir réellement concurrentiels par rapport aux produits importés.

**Accès grandement facilité sur le marché québécois.** En théorie, la SAQ ouvre ses tablettes à tous les produits alcooliques du terroir, alors que les produits importés sont soumis à des critères de sélection restrictifs. Mais en pratique, un grand nombre de producteurs québécois préfèrent ne pas distribuer leurs produits à la SAQ, malgré tous les avantages qu'un tel réseau pourrait représenter. Pour ces producteurs, les procédures et la logistique nécessaire pour entrer dans le réseau SAQ sont tout simplement trop complexes ou coûteuses.

Avec notre proposition de libéralisation partielle, nous permettons le développement d'un réseau de cavistes constituant une infrastructure de distribution par laquelle pourront transiger directement les producteurs québécois, établissant un lien plus direct avec le consommateur. Ce système permettra aussi le développement de points de ventes alternatifs, offrant plus de débouchés et de flexibilité dans la distribution de la production québécoise.

**Croissance du marché des vins et alcools québécois.** Malgré les récents efforts de la SAQ afin d'intégrer la production québécoise dans son réseau, le système de monopole défavorise nettement les produits d'ici. En effet, la SAQ applique indifféremment une marge de 145% sur le prix producteur de tous les produits. Ceci fait augmenter le prix de vente des produits québécois à un niveau tel qu'il décourage le client. Celui-ci se montre certes très enthousiaste face aux produits du terroir d'ici, mais lorsque leurs prix sont trop élevés, il préférerait encore des produits importés dont la notoriété et la qualité ne sont plus à démontrer. En fixant une marge plus raisonnable, les produits québécois, dont la qualité est sans cesse grandissante, retrouveront un rapport qualité-prix leur permettant de devenir beaucoup plus concurrentiels et intéressants. Ceci devrait favoriser la croissance du marché des vins et alcools produits au Québec.

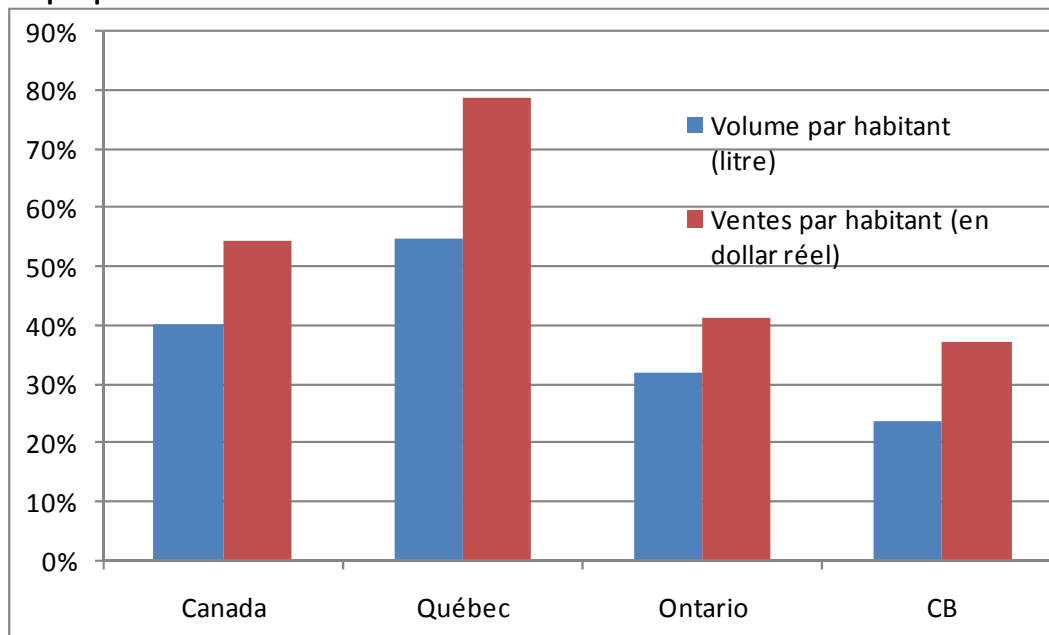
Enfin, le développement de cette filière agro-touristique contribuera au développement économique des régions viticoles du Québec, par la création de nouveaux emplois et par la croissance des revenus des producteurs et de l'ensemble du réseau de leurs sous-traitants.

### **1.4 Accompagner l'enthousiasme des québécois pour les vins et les alcools de qualité**

Notre proposition de libéralisation partielle contribuera à faire croître le marché du vin au Québec. Évidemment, la baisse de prix induite par la concurrence des cavistes stimulera la demande des consommateurs quantitativement et qualitativement, tel que mentionné précédemment.

Mais nonobstant cette baisse de prix, on note un engouement croissant des québécois pour le vin depuis 10 ans. Tel qu'illustré dans le Graphique 1, la consommation moyenne de vin par habitant en volume (en litres) a augmenté de 54% en 10 ans, tandis que la vente de vin (en dollars canadiens constants) par habitant a cru de 78%, des taux de croissances beaucoup plus forts qu'ailleurs au Canada. Ainsi, non seulement les québécois achètent de plus en plus de vin, mais ils dépensent de plus en plus d'argent par bouteille puisque la croissance de la valeur des ventes augmente plus rapidement que les volumes. Malgré ce développement, il reste au Québec un fort potentiel de croissance supplémentaire, puisque la consommation moyenne par habitant se situe à 17 litres seulement, contre 25 litres en Belgique, 26 litres en Suède et 19 au Royaume-Uni (Graphique 2, page suivante).

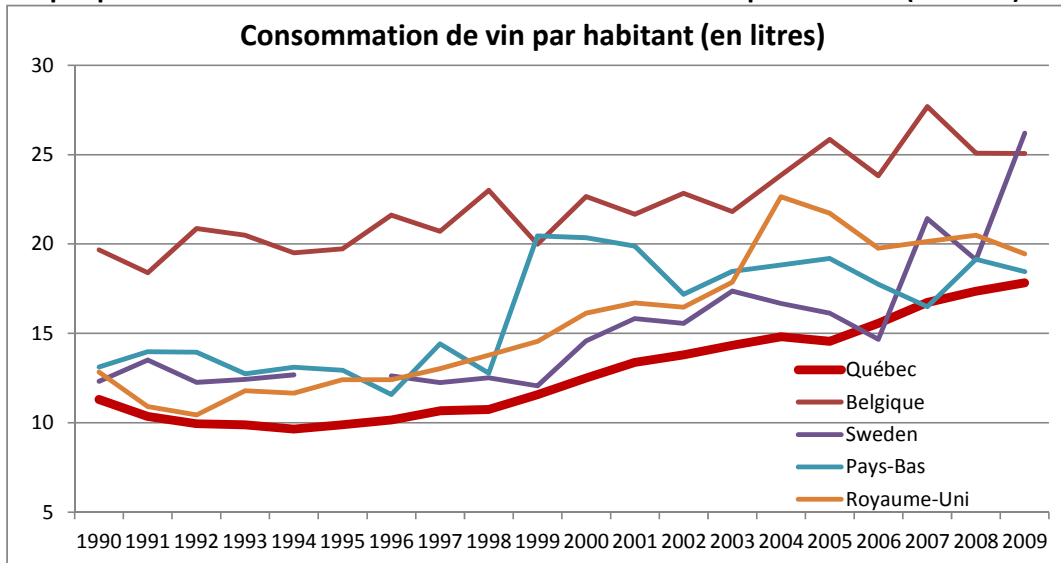
**Graphique 1 : Taux de croissance du marché du vin au Canada entre 1997 et 2007**



Source : Statistique Canada, Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus, exercices financiers se terminant le 31 mars.

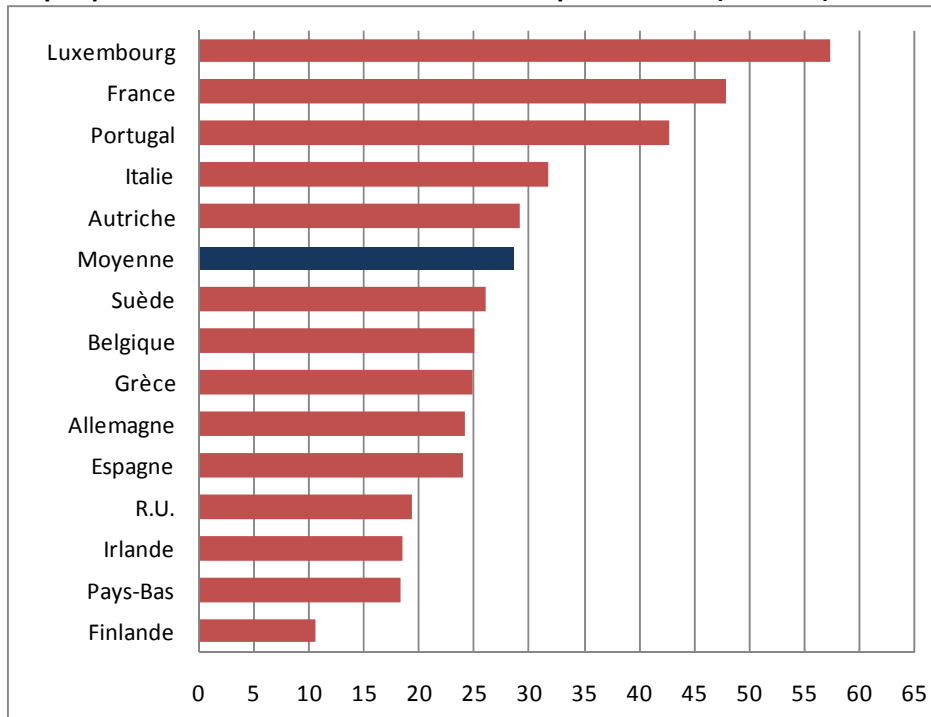
En Europe plus généralement, la consommation moyenne par habitant se situe à 27 litres par année en 2010 (Graphique 3, page suivante). Mais ceci inclut de grands pays producteurs, tels que l'Italie et la France, qui ont une longue tradition dans le domaine de la vigne et qui consomment substantiellement plus de vin que les autres pays. Il est donc inapproprié de comparer le Québec à ces pays, dans l'absence d'une telle tradition viticole et considérant des différences notables dans les habitudes de consommation d'alcool. Par contre, les comparaisons avec les marchés belges et suédois sont très pertinentes à plusieurs égards.

**Graphique 2 : Evolution de la consommation annuelle de vin par habitant (en litres)**



Source : Statistique Canada et Eurostat (*Wine balance sheet*).

**Graphique 3 : Consommation annuelle de vin par habitant (en litres) en 2010**



Source : Eurostat (*Wine balance sheet*).

Le cas suédois est particulièrement intéressant. Tout comme au Québec, la distribution des vins et alcools est assurée par un monopole d'État restrictif. D'ailleurs, le pays est caractérisé par une culture de méfiance générale envers l'alcool, où les débats sur la consommation d'alcool restent tabous. Par exemple, jusque dans les années 90, le consommateur suédois ne pouvait ni voir ni toucher les produits avant l'achat dans les succursales du monopole. Il devait d'abord faire son choix dans une liste de produits, passer sa commande au comptoir, et un commis allait ensuite



chercher les produits dans l'arrière-boutique. Mais, sous l'impulsion de l'Union européenne, le secteur a été partiellement libéralisé ces dernières années, ce qui a stimulé les ventes de vin. En effet, la Cour de Justice des Communautés européennes a autorisée les particuliers à importer directement des boissons alcoolisées sans passer par le monopole. En Europe, il est notamment très facile et peu coûteux de commander du vin sur Internet – souvent directement du producteur. Résultat : les volumes par habitant ont augmenté de 57% depuis 2005, l'une des plus fortes croissances parmi les pays de l'Union européenne (avec 7% de croissance en moyenne).

De même, la comparaison entre le Québec et la Belgique est aussi très éclairante. Les similitudes sont nombreuses. La Belgique représente un marché de taille presque similaire au Québec (10,5 millions d'habitants en Belgique contre 7,5 millions au Québec). Évidemment, il y a la proximité linguistique et culturelle. À l'instar des québécois, les belges sont reconnus comme étant de grands amateurs de vin, même s'ils sont à la base des producteurs et des buveurs de bière. Comme au Québec, la Belgique ne possède pas de culture viticole, au contraire de la France ou l'Italie, et sa production de vin est anecdotique. Belges et Québécois voyagent souvent en France; c'est même souvent leur première destination de voyage. Ce serait fort injuste de comparer le Québec à la France quant à la distribution et la demande de vin, la France ayant une longue et riche culture viticole et des infrastructures de production et de distribution que ne possèdent ni la Belgique ni le Québec. Par contre, outre les facilités offertes par la proximité géographique entre la Belgique et la France, il n'y a pas de raison aujourd'hui pour que le Québec soit bien différent de la Belgique quant à ses préférences et ses habitudes de consommation de vin. Le marché belge constitue donc un excellent exemple de ce que pourrait devenir un marché québécois libéralisé.

Ainsi, un scénario menant à une consommation moyenne de 25 litres par habitant au Québec serait tout à fait réaliste en comparaison avec la situation belge (25,02 litres par habitant) et suédoise (26,20 litres par habitant).

En fait, il existe au Québec trois types de clientèle :

1. **Une clientèle fortunée et connaisseuse en vin.** Ces consommateurs sont souvent des collectionneurs qui, à travers l'offre de vins de prestige de la SAQ et le réseau de l'importation privée, sont capables de se monter une cave intéressante. Notre proposition devrait intéresser cette clientèle qui pourra compléter leur collection par des vins vendus chez des cavistes, mais non disponibles à la SAQ.
2. **Une clientèle intéressée par le vin et connaisseuse,** mais qui n'a pas les moyens financiers de s'offrir de bonnes bouteilles compte tenu des prix élevés appliqués par la SAQ. Notons aussi qu'il est difficile pour ces consommateurs d'expérimenter divers vins lorsqu'ils sont vendus à des prix élevés. Il y a donc sur ce segment de consommateurs un grand potentiel de croissance tout simplement par la baisse des prix.
3. **Une clientèle curieuse pour le vin,** mais qui, concrètement, ne disposent pas des connaissances suffisantes pour sélectionner une bouteille et qui peut se sentir intimidée par la multiplicité des références disponibles dans une succursale de la SAQ. C'est une clientèle qui nécessite un service personnalisé et attentionné lui permettant de graduellement se familiariser avec le vin. Les cavistes seront à mieux de répondre aux besoins particuliers de ce type de clients. Notons aussi que c'est une clientèle qui reste fortement échaudée par les prix élevés de la SAQ, et qui, moins experte, se tourne

souvent vers des produits moins chers mais aussi de moindre qualité. Cette clientèle représente au Québec un très fort potentiel de croissance.

Le réseau de distribution de la SAQ, monopolisé, bureaucratisé et fonctionnant tel une grande surface, défavorise nettement la production plus typique ainsi que les petits producteurs. Or, sur un marché plus concurrentiel, les cavistes devront se démarquer en offrant une gamme de produits originaux qui se différencie de l'offre de la SAQ, tout en donnant un service personnalisé à la clientèle. Les cavistes auront à cœur de faire la promotion des produits qu'ils offriront. Notamment, ils pourront rencontrer les besoins particuliers d'une clientèle curieuse pour le vin, mais dont les connaissances sont limitées. Comme nous le mentionnions plus haut, cette clientèle représente au Québec un fort potentiel de croissance.

## Section 2 : Évolution du marché suite à une libéralisation partielle

Comment ce scénario d'une libéralisation partielle devrait-il se déployer concrètement sur le marché de la distribution des vins et alcools au Québec<sup>5</sup>? Dans un premier temps, il est à parier que les nombreuses agences de vin au Québec seront les premières à ouvrir boutique sur rue. Elles ont l'expérience, le réseau de contact et la logistique pour le faire.

L'émergence de la concurrence devrait ensuite pousser la SAQ à réduire sa marge de profits outrageusement élevée. Les prix d'une bouteille de vin atteindront un niveau plus raisonnable, soit une baisse initiale de 30% environ selon notre hypothèse.

Mais la concurrence dans le domaine de la vente de vin ne se réalise pas uniquement à travers le prix. Ainsi, dans un deuxième temps, les prix devraient rapidement se stabiliser, les boutiques se dirigeant vers d'autres aspects de la concurrence, notamment la gamme de produits, le décor, le concept de boutique et le service à la clientèle. Pour se différencier, les cavistes tenteront de dénicher dans le monde des vins de petits producteurs typiques que l'on ne peut trouver à la SAQ. Alors que cette dernière fera dans le volume, les cavistes offriront probablement un service plus personnalisé. On peut compter sur le caviste pour aller à la rencontre des viticulteurs à travers le monde, découvrir des petites productions intéressantes et revenir au Québec avec moult anecdotes et histoires de vin, comme le font les cavistes d'autres pays. Riche de cette expérience, ils pourront séduire leurs clients, en décrivant chaque produit par des histoires de voyages, des détails sur son terroir et son histoire, la situation du viticulteur, les particularités du vin, les notes de la dégustation, etc. Dans le domaine du vin, le consommateur est avide de ce genre d'information. Ce processus pédagogique permettra aussi le développement du goût et des connaissances viticoles au Québec, stimulant le marché des vins plus typique et de meilleure qualité.

Compte tenu de l'engouement croissant des québécois pour le vin depuis 10 ans, il faut s'attendre à ce que de nombreux entrepreneurs et individus se lanceront dans la vente de vins et alcools, suite à la libéralisation du marché. Malheureusement, comme c'est toujours le cas lorsqu'un grand nombre d'opérateurs entrent simultanément sur un marché donné, plusieurs s'y casseront les dents. Ainsi, dans un troisième temps, les cavistes les plus solides financièrement, qui auront su fidéliser une clientèle stable, réussiront à rester durablement sur le marché. Et cela constituera ce qu'on appelle un « équilibre » en économie, c'est-à-dire une stabilité des prix et du nombre d'opérateurs sur le marché, chacun ayant trouvé un niveau de différenciation capable d'assurer une certaine rentabilité.

Que deviendrait la SAQ dans ce scénario? Tout simplement, une entreprise publique soumise à la concurrence. Elle devra donc s'adapter en conséquence, ayant tous les atouts pour tirer son épingle du jeu dans un marché concurrentiel. D'abord, elle compte sur un solide réseau de 414 succursales à travers la province, appuyé par un système de distribution efficace à l'échelle du Québec. À ceci s'ajoute son savoir-faire dans la distribution du vin, un vaste réseau de contacts auprès de fournisseurs et de producteurs à travers le monde et sa réputation auprès des

---

<sup>5</sup> Cette section est tirée du chapitre 8 : Laurin, Frédéric. « Où sont les vins? Le problème de la distribution du vin au Québec », Éditions Hurtubise, 2009.

opérateurs mondiaux. Aucun caviste n'aura les moyens financiers pour établir un tel réseau de succursales et de contacts à court ou moyen terme au Québec.

Qui plus est, la SAQ bénéficie d'une image de marque au Québec, à titre de société d'État en situation de monopole. Elle pourra continuer à exploiter sa notoriété pour fidéliser sa clientèle. Ainsi, la SAQ pourra maintenir une position importante sur le marché du vin au Québec pendant encore bien des années, malgré le processus de libéralisation. L'avantage en termes de diversité, c'est qu'elle gardera une force de vente suffisamment importante pour continuer à approvisionner toutes les régions du Québec d'une large gamme de vin.

En effet, la concurrence risque d'émerger particulièrement dans les marchés à forte densité de population (Montréal, Québec, Gatineau, etc.) ou des marchés spécifiques (Mont-Tremblant, route des vins en Estrie, relais touristiques à Charlevoix, etc.). En revanche, la libéralisation ne doit pas appauvrir la diversité en vin des autres régions du Québec, là où la demande est peut-être plus petite. Avec cette proposition d'une libéralisation partielle, la SAQ – toujours société d'État – conservera les moyens financiers et le pouvoir commercial pour assurer une belle diversité et une distribution efficace à travers le Québec, tel que stipulé dans ses statuts.

## Section 3 : Estimation de l'évolution du marché des vins et alcools au Québec

Le vin représente environ 70% des ventes de la SAQ et ce segment connaît une croissance prodigieuse au Québec, tant en termes de quantité que de ventes. Ainsi, notre analyse se concentre principalement sur l'évolution des ventes de vins suite à une libéralisation partielle. Les spiritueux et la bière seront traités plus succinctement dans les sections 3.3 et 3.4.

### 3.1 Évolution des ventes de vin

Nous estimons dans la présente section l'évolution des ventes totales de vin au Québec qui se réaliseraient suite à une libéralisation partielle du marché.

#### 3.1.1 Hypothèses : ventes totales de vin

Pour réaliser cette estimation, nous avons pris les hypothèses suivantes :

- **H1 - Une baisse des prix de 30%**

Dans les Tableaux 1 et 2 ci-dessus, nous avons montré qu'il existe une différence moyenne de 25% et de 37% entre le prix de la SAQ et celui respectivement de la Belgique et des États-Unis. Nous prenons donc l'hypothèse d'une diminution de 30% des prix suite à la concurrence créée par la libéralisation du marché. Il y a certainement de la marge pour une baisse de prix plus substantielle au Québec. Mais, dans un premier temps, compte tenu de la taille réduite des cavistes, de la place prédominante que conservera la SAQ, ainsi que de la différenciation par des aspects autres que la concurrence en prix (qualité, ambiance des boutiques, sélection, service, etc.), cette diminution de 30% est une estimation conservatrice, et tout-à-fait plausible.

Nous devons maintenant déterminer comment le consommateur disposera de ce gain budgétaire venant d'une baisse des prix. En général, une baisse de prix fait augmenter les quantités vendues (i.e. la demande augmente). Il s'agit soit de consommateurs qui décident d'acquérir plus de bouteilles qu'avant, soit d'individus qui achetaient très peu ou pas de vin, rebutés par les prix élevés, mais qui, avec la baisse des prix, déciderait d'en acheter davantage. Au total, nous obtenons donc une augmentation des volumes de vin vendus. Nous pouvons aussi penser que le consommateur, plutôt que d'acheter plus de vin, va profiter de la baisse des prix pour acheter des vins de meilleure qualité. Dans ce cas, nous aurions une augmentation de la valeur des ventes par bouteille. Il est difficile de prévoir la réaction du consommateur entre ces deux stratégies de consommation. C'est pourquoi nous avons prévu deux scénarios distincts et nous présenterons des estimations pour chaque cas.

#### **Scénario A : augmentation des volumes.**

Dans ce scénario, la baisse de prix génère essentiellement une augmentation des volumes vendus.

- **H2(A) - Une élasticité-prix de la demande de vin de -0,854.**

Cette élasticité de -0,854 représente la moyenne des estimations d'élasticités provenant de deux méta-analyses<sup>6</sup> ainsi qu'une étude sur le marché du vin en Colombie-Britannique<sup>7</sup>. Cette valeur d'élasticité signifie que, lorsque le prix du vin diminue de 10%, la quantité demandée (en litres) devrait s'accroître de 8,54%. C'est donc dire que, ailleurs dans le monde, lorsqu'il y a une baisse du prix du vin, les volumes augmentent effectivement. Ainsi, sur la base de cette élasticité, une diminution de 30% du prix de vin (H1) devrait entraîner une augmentation de la quantité demandée de 25,61%. Puisque la diminution de prix (en %) est plus large que l'augmentation des volumes (en %), le consommateur réduit son budget consacré au vin de 12,07% en moyenne.

### **Scénario B : saut qualitatif.**

Alternativement, nous considérons aussi un scénario où les consommateurs québécois décideraient de profiter de la baisse des prix pour se procurer des produits de meilleure qualité.

- **H2(B) - Une élasticité-prix de la demande de vin de -0,2067 et une part plus grande des vins de meilleure qualité.**

Pour modéliser ce scénario, nous prenons l'hypothèse d'un saut qualitatif dans l'achat de vin au Québec. En moyenne, le prix d'un vin constitue une mesure approximative de sa qualité. Dans l'annexe 1, nous avons donc estimé la part des volumes de vin vendus à la SAQ par segment de prix. La plus grande part des stocks de la SAQ sont constitués de vins vendus autour de 11\$-15\$. Au-delà de ces prix, les stocks sont plus modestes. Pour estimer la montée en qualité de la consommation, nous proposons de décaler postérieurement les parts de chaque segment de quatre rangs. Le Tableau 3, qui reproduit les parts de chaque segment de prix, illustre ce décalage.

Par exemple, en 2010, les vins de 20\$-20,99\$, qui dénotent un certain segment de qualité, constituent 1,45% des stocks annuels de la SAQ, selon nos estimations. Avec la libéralisation partielle, et l'hypothèse d'une montée en qualité, ces références représenteraient alors une part de 2,4%, soit la part du quatrième segment précédent, i.e. les vins d'un segment de qualité de 17\$-17,99\$. Ainsi, les vins de meilleure qualité (donc les vins à prix plus élevés) gagneraient des parts de marché, au dépend des produits vraiment médiocres vendus à moins de 10\$ actuellement. Sauf qu'avec la diminution de prix de 30%, ces vins vendus à 20\$-20,99\$ aujourd'hui seraient alors disponibles à un prix plutôt de 14 \$-14,69\$, permettant justement aux consommateurs d'aller vers des produits d'une meilleure qualité sans nécessairement dépasser leur budget vin initial.

Si le consommateur consacre une partie de la baisse des prix à l'achat de bouteilles de meilleure qualité (donc plus chères), il ne peut pas en même temps augmenter ses quantités achetées de

---

<sup>6</sup> Fogarty, James, (2004), The Own-Price Elasticity of Alcohol: A Meta-Analysis. No 04-01, Economics Discussion / Working Papers, The University of Western Australia, Department of Economics.

Gallet, Craig A., (2007), The demand for alcohol: a meta-analysis of elasticities. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, vol. 51, no. 2, p. 121-135.

<sup>7</sup> Carew, R., Florkowski, W. J. et He, S., (2004), Demand for Domestic and Imported Table Wine in British Columbia: A Source-differentiated Almost Ideal Demand System Approach. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, vol. 52, p. 183-199.

la même ampleur que dans le scénario A. Nous prenons donc l'hypothèse d'une élasticité de - 0,2067, c'est-à-dire que lorsque les prix diminuent de 30%, les volumes vendus augmentent de 6,2%, une augmentation moindre que dans le scénario A. Ainsi, la baisse de prix est employée essentiellement à un saut qualitatif, mais aussi, dans une moindre mesure, à l'augmentation des volumes achetés. Nous avons déterminé cette valeur d'élasticité de façon à ce que la dépense moyenne consacrée au vin par habitant diminue exactement de 10% suite à la baisse de prix. C'est une baisse légèrement inférieure au scénario A (-12,07%).

**Tableau 3 : part estimée par segment de prix par rapport au stock annuel total de la SAQ**

Avant la libéralisation		Après la libéralisation	
Segment de prix	Part estimée des stocks 2010	Nouveau prix (baisse de 30%)	Parts des stocks
1	6\$ - 6,99\$	0,00% → 4,20\$ - 4,89\$	0,00%
2	7\$ - 7,99\$	1,29% → 4,90\$ - 5,59\$	0,00%
3	8\$ - 8,99\$	2,90% → 5,60\$ - 6,29\$	0,00%
4	9\$ - 9,99\$	3,30% → 6,30\$ - 6,99\$	0,00%
5	10\$ - 10,99\$	5,50% → 7,00\$ - 7,69\$	1,29%
6	11\$ - 11,99\$	6,30% → 7,70\$ - 8,39\$	2,90%
7	12\$ - 12,99\$	18,89% → 8,40\$ - 9,09\$	3,30%
8	13\$ - 13,99\$	29,30% → 9,10\$ - 9,79\$	5,50%
9	14\$ - 14,99\$	12,20% → 9,80\$ - 10,49\$	6,30%
10	15\$ - 15,99\$	6,10% → 10,50\$ - 11,19\$	18,89%
11	16\$ - 16,99\$	4,00% → 11,20\$ - 11,89\$	29,30%
12	17\$ - 17,99\$	2,40% → 11,90\$ - 12,59\$	12,20%
13	18\$ - 18,99\$	2,10% → 12,60\$ - 13,29\$	6,10%
14	19\$ - 19,99\$	1,60% → 13,30\$ - 13,99\$	4,00%
15	20\$ - 20,99\$	1,45% → 14,00\$ - 14,69\$	2,40%
16	21\$ - 21,99\$	1,30% → 14,70\$ - 15,39\$	2,10%
17	22\$ - 24\$	0,23% → 15,40\$ - 16,80\$	1,60%
18	24\$ - 27\$	0,20% → 16,80\$ - 18,90\$	1,45%
19	27\$ - 30\$	0,18% → 18,90\$ - 21,00\$	1,30%
20	30\$ - 33\$	0,16% → 21,00\$ - 23,10\$	0,23%
21	33\$ - 36 \$	0,12% → 23,10\$ - 25,20\$	0,20%
22	36\$ - 39 \$	0,11% → 25,20\$ - 27,30\$	0,18%
23	39\$ - 42 \$	0,06% → 27,30\$ - 29,40\$	0,16%
24	42\$ - 45 \$	0,05% → 29,40\$ - 31,50\$	0,12%
25	45\$ - 48 \$	0,03% → 31,50\$ - 33,60\$	0,11%
26	48\$ - 51 \$	0,02% → 33,60\$ - 35,70\$	0,06%
27	51\$ - 54 \$	0,02% → 35,70\$ - 37,80\$	0,05%
28	54\$ - 57 \$	0,11% → 37,80\$ - 39,90\$	0,03%
29	57\$ - 60 \$	0,06% → 39,90\$ - 42,00\$	0,02%
30	Plus de 60 \$	0,03% → Plus de 42,00\$	0,02%

En fait, ce saut qualitatif, combiné à la baisse des prix, ferait en sorte que la dépense moyenne par litre passerait de 13,97\$ en 2010 à 11,87\$ après la libéralisation partielle, une différence de 15%. Ainsi, la baisse de prix permettrait de diminuer le budget vin, mais une partie de ce gain budgétaire serait en partie réaffectée à l'achat de produits de meilleure qualité. Par contre, sans cette montée en qualité, le budget vin moyen diminuerait de 31,43%, pour se situer à 9,58\$.

Nous pensons que ce scénario, avec une montée en qualité mais, au net, une diminution du budget moyen de 10%, est assez plausible considérant l'engouement des québécois pour le vin depuis plusieurs années, le développement de leur connaissances du vin, ainsi que la sophistication de leur goût œnologique.

- **H3 - Une croissance du budget moyen par habitant accordé au vin de 0,91% annuellement.**

Pour tenir compte de l'engouement croissant des québécois pour le vin, mais surtout suite au travail de promotion et de pédagogie des cavistes, nous supposons que la dépense moyenne que le consommateur accorde par bouteille de vin va croître de 0,91% par année, à partir de la deuxième année suivant la libéralisation. L'hypothèse d'une croissance de la dépense par bouteille suppose donc que le consommateur décide d'acheter des bouteilles plus chères, donc de meilleure qualité. La croissance totale des ventes de vin par habitant ont augmenté de 4,96% annuellement depuis 2000, alors que les quantités en litres ont crû légèrement plus lentement à un rythme de 4,05% par année. Au total, les ventes par habitant ont augmenté de 53,94% en 10 ans, contre 42,57% pour les quantités. Ceci signifie que les québécois consomment non seulement plus de vin, mais ils y consacrent un budget croissant. La différence entre la croissance moyenne annuelle des ventes par habitant (4,96%) et celle des quantités (4,05%) nous donne ce chiffre de 0,91% par année en croissance du budget moyen par habitant accordé au vin. Dans la première année, ce taux de croissance n'est pas appliqué puisque les effets de la baisse de prix génèrent déjà des augmentations de volumes et/ou de qualité (H2(A) et H2(B)). La présente hypothèse découle non pas de la baisse de prix initiale, mais de l'évolution des goûts et des préférences des québécois.

*Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus).*

- **H4 - Une croissance des quantités vendues de 3% annuellement.**

La croissance totale du volume de vin en litres au Québec a augmenté en moyenne de 4,05% par année. Encore une fois, pour tenir compte de l'engouement particulier des québécois pour le vin, et en conséquence du travail de promotion des cavistes, nous pensons que cette tendance va se poursuivre après une libéralisation partielle, mais à un rythme moins soutenu puisque nous avons déjà une augmentation des quantités de 25,61% découlant de la baisse des prix (hypothèse H3). Cette croissance est appliquée à partir de l'année 2012, l'année 2011 étant affectée uniquement par la croissance des volumes découlant de la baisse des prix.

La combinaison des hypothèses H2 (A-B) et H4 contribue à faire augmenter substantiellement le volume de litres de vin vendu au Québec. Cependant, nous bornons la croissance des volumes à une limite de 26 litres par habitant. Le Québec rattraperait donc les niveaux moyens de consommation en Belgique et en Suède.

*Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus).*

- **H5 - Une population constante.**

Nous estimons les effets d'une libéralisation sur une période de cinq ans. Nous ne croyons pas que, sur une période si courte, la croissance de la population aura un effet significatif sur la consommation de vin, puisque les ventes supplémentaires pouvant provenir de l'immigration



seront compensées par le vieillissement de la population. En effet, la consommation d'alcool tend à diminuer chez les personnes âgées.

### 3.1.2 Résultats : évolution des ventes de vin

Les résultats de nos estimations sur la croissance des ventes de vin au Québec sont présentés dans la partie supérieure des Tableaux 4 (scénario A) et 5 (scénario B). Grâce à la réduction des prix de 30% (H1), la libéralisation partielle fait bondir les volumes vendus de 25,61% (scénario A) ou de 5,98% (scénario B). Par la suite, les volumes augmentent à un rythme de 3% annuellement (H4) jusqu'à une consommation annuelle de 25,15 litres par habitant (scénario A) ou de 21,86 litres par habitant (scénario B), sous la limite des 26 litres par habitant.

Dans le scénario A, une moyenne de 25,15 litres par habitant représente une consommation de 34 bouteilles par habitant annuellement, soit une augmentation d'une dizaine de bouteilles par habitant par rapport au niveau de 2010, soit moins d'une bouteille supplémentaire par mois. Ce niveau de consommation reste très raisonnable puisque qu'il s'agit d'un peu moins de trois bouteilles par mois, ou moins de la moitié d'un verre de vin par jour. En comparaison, pour des motifs de santé publique, la limite de consommation recommandée est généralement fixée à deux verres par jour<sup>8</sup>. Les augmentations de consommation sont encore plus raisonnables avec le scénario B, qui représente une moyenne d'environ 5 bouteilles supplémentaires par année, c'est-à-dire moins d'une demi-bouteille par mois.

Par contre, avec le scénario A, les ventes totales en dollars chutent de 13,87% dès la première année. Ceci est dû à la réduction des prix de 30% qui n'est pas pleinement compensée par l'augmentation des volumes de 25,61%<sup>9</sup>. Par la suite, les ventes augmentent à un rythme de 3,93%, reflétant tant la croissance des volumes (H4) que l'augmentation de la valeur dépensée par litre (H3) si bien que, après cinq ans, les ventes se rapprochent de leur niveau initial de 2010.

Dans l'option d'un fort saut qualitatif (scénario B), les ventes en dollars diminuent de 10% exactement après un an. Dans ce cas, les consommateurs choisissent de consacrer une partie de la baisse de prix non seulement à l'achat d'un plus grand volume, mais surtout de produits de meilleure qualité. Avec la croissance du marché (H3 et H4) ainsi que les effets de la baisse du prix (H2(A) ou H2(B)), la dépense moyenne en vin par habitant passe de 256\$ en 2010 à 220\$ (scénario A), ou à 230\$ (scénario B). Dans le scénario A, la dépense moyenne par habitant reste donc inférieure à son niveau d'origine en 2010. Dans le scénario B, cette dépense augmente à terme de 12,85\$ par année en moyenne, un accroissement très raisonnable.

### 3.2 Estimation des ventes de vin de la SAQ

Les ventes de vin à la SAQ seraient affectées par quatre facteurs. Premièrement, la baisse de prix de 30% réduit la marge de la SAQ sur chaque bouteille vendue. Deuxièmement, en

<sup>8</sup> Selon les directives de l'organisme indépendant Educ'alcool, il est recommandé de limiter la consommation à 2 verres par jour et à 10 par semaine pour les femmes, et à 3 verres par jour et de 15 par semaine pour les hommes.

<sup>9</sup> Avec une élasticité prix de -0,854 sous l'unité en valeur absolue, une baisse des prix fait réduire les ventes en dollar.

contrepartie de cette réduction du prix, les quantités vendues devraient augmenter. Mais, troisièmement, la SAQ va subir la nouvelle concurrence des cavistes qui viendront lui prendre des parts de marché.

**Tableau 4 : Estimation de l'évolution des ventes de vin au Québec. – Scénario A**

				<b>Estimations</b>				
<b>Marché québécois</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventes (x 1000 \$)	1 825 059	1 918 645	2 025 631	1 744 756	1 813 372	1 884 687	1 958 806	1 976 544
<i>Croissance (%)</i>		5,13%	5,58%	-13,87%	3,93%	3,93%	3,93%	0,91%
Volumes (x 1000 litres)	134 620	139 601	144 907	182 021	187 482	193 106	198 900	198 900
<i>Croissance (%)</i>		3,70%	3,80%	25,61%	3,00%	3,00%	3,00%	0,00%
Volumes par hab.	17,37	17,83	18,33	23,02	23,71	24,42	25,15	25,15
Nb bout. par hab.	23,16	23,78	24,43	30,69	31,61	32,56	33,54	33,54
Ventes par hab.	235,45	245,09	256,17	220,65	229,33	238,35	247,72	249,96
<i>Croissance (%)</i>		4,09%	4,52%	-13,87%	3,93%	3,93%	3,93%	0,91%
<b>Ventes SAQ</b>								
Ventes (x 1000 \$)	1 700 400	1 799 900	1 900 300	1 636 708	1 701 075	1 767 973	1 837 503	1 854 142
<i>Croissance (%)</i>		5,85%	5,58%	-13,87%	3,93%	3,93%	3,93%	0,91%
Volumes (x 1000 litres)	131 900	137 000	142 300	174 947	180 196	185 602	191 170	191 170
<i>Croissance (%)</i>		3,87%	3,87%	22,94%	3,00%	3,00%	3,00%	0,00%
<b>Ventes autres boutiques (cavistes)</b>								
Ventes (x 1000 \$)			125 331	108 048	112 297	116 713	121 303	122 402
<i>Croissance (%)</i>				-13,79%	3,93%	3,93%	3,93%	0,91%
Volumes (x 1000 litres)			2 607	7 074	7 286	7 505	7 730	7 730
<i>Croissance (%)</i>				171,34%	3,00%	3,00%	3,00%	0,00%

**Tableau 5 : Estimation de l'évolution des ventes de vin au Québec. – Scénario B**

				Estimations				
Marché québécois	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventes (x 1000 \$)	1 825 059	1 918 645	2 025 631	1 823 104	1 894 802	1 969 319	2 046 767	2 127 261
<i>Croissance (%)</i>		5,13%	5,58%	-10,00%	3,93%	3,93%	3,93%	3,93%
Volumes (x 1000 litres)	134 620	139 601	144 907	153 579	158 186	162 932	167 820	172 854
<i>Croissance (%)</i>		3,70%	3,80%	5,98%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Volumes par hab.	17,37	17,83	18,33	19,42	20,00	20,61	21,22	21,86
Nb bout. par hab.	23,16	23,78	24,43	25,90	26,67	27,47	28,30	29,15
Ventes par hab.	235,45	245,09	256,17	230,56	239,62	249,05	258,84	269,02
<i>Croissance (%)</i>		4,09%	4,52%	-10,00%	3,93%	3,93%	3,93%	3,93%
<b>Ventes SAQ</b>								
Ventes (x 1000 \$)	1 700 400	1 799 900	1 900 300	1 599 866	1 662 784	1 728 177	1 796 141	1 866 779
<i>Croissance (%)</i>		5,85%	5,58%	-15,81%	3,93%	3,93%	3,93%	3,93%
Volumes (x 1000 litres)	131 900	137 000	142 300	138 171	142 316	146 586	150 983	155 513
<i>Croissance (%)</i>		3,87%	3,87%	-2,90%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
<b>Ventes autres boutiques (cavistes)</b>								
Ventes (x 1000 \$)			125 331	223 238	232 018	241 142	250 626	260 482
<i>Croissance (%)</i>				78,12%	3,93%	3,93%	3,93%	3,93%
Volumes (x 1000 litres)			2 607	15 408	15 870	16 346	16 837	17 342
<i>Croissance (%)</i>				491,02%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

Quatrièmement, le travail de promotion des vins de qualité par les cavistes bénéficiera probablement à l'ensemble du marché. Le réseau de la SAQ étant bien étendu à travers le territoire de la province, et s'appuyant sur son image de marque, certains consommateurs trouveront un avantage à faire affaire avec les succursales de la société d'État malgré l'existence de concurrents. La SAQ devrait donc profiter de la croissance générale du marché que nous avons prévue dans la section précédente (H3 et H4). Les ventes et les volumes de la SAQ devraient donc suivre l'évolution du marché, selon nos hypothèses de croissance. Mais, en même temps, la SAQ perdra des parts de marché au profit des cavistes. Exprimé autrement, la part relative de la SAQ diminuera, mais la taille de la « tarte » augmentera... Ainsi, pour calculer les ventes de la SAQ en cas de libéralisation partielle, il suffit d'appliquer aux ventes de la société d'État les tendances de marché prévues à la section précédente, moins les ventes perdues aux mains des cavistes.

Cependant, nous ne pensons pas que la concurrence des cavistes affectera la SAQ sur tous les segments du vin uniformément. À titre du plus grand acheteur de vin au monde, la SAQ dispose de deux avantages. Primo, elle possède une force commerciale permettant de négocier de très bons prix d'achat pour des vins vendus en grande quantité. Elle pourrait donc offrir une offre très concurrentielle sur les vins à fort volume de vente, en particulier les vins vendus aujourd'hui en produits réguliers à moins de 15\$. Secundo, elle a un accès privilégié à des grands vins qui peuvent être difficile à trouver ou à acheter sur d'autres marchés. Sur les vins de plus de 60\$ au prix d'aujourd'hui, la SAQ risque de garder un certain avantage, faisant jouer sa force d'achat ainsi que l'amplitude de son réseau de contacts auprès des producteurs pour obtenir pour ses clients des bouteilles plus prestigieuses ou rares.

Ainsi, il est fort à parier que l'avantage comparatif des cavistes se développera au niveau des vins vendus aujourd'hui entre 15\$ et 60\$, en offrant des produits plus typiques ou plus originaux, provenant plus souvent qu'autrement de petits producteurs qui ne sont pas distribués à la SAQ. En d'autres termes, les cavistes viendront essentiellement faire concurrence à la société d'État sur le marché des produits de « spécialité », selon la terminologie de la SAQ.

### 3.2.1 Les hypothèses : ventes de vin à la SAQ

Puisque cette concurrence s'appliquera de façon différenciée selon les segments du marché, nous avons d'abord estimé dans l'annexe 1 la part des stocks de la SAQ par segment de prix. Une fois les parts de chaque segment estimées, nous posons les hypothèses suivantes sur les effets de la concurrence des cavistes sur les ventes de la SAQ.

- **H6 - Parts de marché perdues par la SAQ par segment de vin :**
  - **15% sur les quantités vendues des vins au prix actuel de 20\$ à 30\$;**
  - **10% sur les quantités vendues des vins au prix actuel de 30\$ à 60\$;**
  - **2% sur les quantités vendues des vins au prix actuel de plus de 60\$.**

Ces hypothèses sur les pertes de parts de marché de la SAQ par segment reflètent nos conjectures sur le type de concurrence développant sur la base de cavistes qui se spécialisent essentiellement sur des produits vendus actuellement entre 15\$ et 60\$, c'est-à-dire sur le marché des produits de « spécialité ».

Cette réduction des ventes en volume se reportant directement sur les ventes des cavistes, nous avons donc une estimation des ventes perdues par la SAQ et celles gagnées par les cavistes.

Selon nos hypothèses en H6, la SAQ resterait tout de même dominante sur le marché du vin au Québec en parts de marché. En effet, elle peut compter sur l'étendu de son réseau de succursales, sur son image de marque, sur sa puissance commerciale et financière et sur ses compétences en logistique reconnues à travers le monde. Le réseau de cavistes se développera en parallèle, répondant à des segments très précis de la clientèle, mais les ventes de forts volumes resteront l'apanage de la SAQ.

### **3.2.2 Résultats : estimation des ventes de vin de la SAQ**

Les estimations des ventes de vin à la SAQ sont indiquées dans la deuxième partie des Tableaux 4 (scénario A) et 5 (scénario B). Considérons d'abord le cas du scénario A. Dans la première année, la baisse des prix stimule les volumes vendus en litre (+22,94%), mais moindrement que pour l'ensemble du marché (+25,61%). En effet, la concurrence des cavistes fait en sorte que, sur ce marché croissant, la SAQ perd des parts de marché. De plus, la baisse des prix n'est pas pleinement compensée par l'augmentation des volumes, si bien que les ventes en dollars diminuent de 13,87%. Par la suite, avec l'augmentation de la taille du marché et de la croissance de la dépense moyenne par litre (H3 et H4), la SAQ retrouve graduellement des niveaux de ventes proches de ceux de 2010.

Dans le cas d'un saut qualitatif fort (scénario B), les volumes de vin vendus à la SAQ diminuent de 2,90% dans la première année. Tel que nous avons modélisé ce scénario, l'augmentation des volumes induite par la baisse des prix n'est pas aussi forte que dans le scénario A, puisque l'économie budgétaire va en partie à l'achat de vins de meilleure qualité. En même temps, nous avons aussi pris comme hypothèse que les cavistes viendront chercher une part de ce marché des vins de qualité. Au net, la SAQ accuse donc une petite réduction des volumes.

Ainsi, ce sont surtout les cavistes qui gagnent de ce saut qualitatif et c'est pourquoi la SAQ subit une baisse des ventes de vin de 15,81%, puisqu'elle perd des volumes sur des vins vendus plus chers.

*Source des données : les données sur les ventes de vin à la SAQ entre 2008 et 2010 sont tirées des rapports d'activité de la SAQ.*

### **3.3 Estimation des ventes de spiritueux**

Les spiritueux ne représentent que 21,6% des ventes totales de la SAQ. De plus, nous ne pensons pas que la concurrence des cavistes affectera significativement les ventes de spiritueux, sauf peut-être au niveau du sous-segment des whiskys de catégorie supérieure. D'ailleurs, l'engouement spectaculaire des consommateurs québécois pour le vin ces dernières années ne s'est pas manifesté sur le marché des spiritueux, avec une croissance annuelle moyenne des volumes vendus par habitant de 2,7% seulement, contre 5,21% pour le vin. Ainsi, notre méthode d'estimation des ventes de spiritueux est quelque peu simplifiée par rapport au marché du vin. Notamment, nous ne décomposons par les effets de la concurrence par segment de prix.

Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus).

### 3.3.1 Les hypothèses : ventes totales de spiritueux

Les hypothèses de croissance du marché des spiritueux sont les suivantes :

- **H7 - Une baisse des prix de 25%.**

Puisque la concurrence des cavistes se limitera probablement aux whiskys et autres digestifs de catégorie supérieure, celle-ci sera sans doute bien moindre que pour le marché du vin où les agences de vin sont déjà très actives. Ainsi, avec une concurrence plus faible, nous prévoyons une diminution des prix de 25% seulement (contre 30% pour le vin).

- **H8 - Une croissance du budget moyen par habitant accordé au vin de 0,12% annuellement.**

Les ventes de spiritueux par habitant au Québec ont augmenté de 2,61% annuellement depuis les cinq dernières années, à peu près le même rythme que pour les volumes en litre (+2,74% par année). Ainsi, au contraire du vin, la dépense moyenne par litre par habitant s'est réduite. Mais nous croyons que quelques cavistes sauront faire apprécier aux québécois des whiskys et autres spiritueux de qualité. Nous prenons donc comme hypothèse une très faible croissance du budget moyen par litre accordé aux spiritueux de 0,12% par année.

- **H9 - Une élasticité des prix de -0,854.**

Nous reprenons la même valeur d'élasticité que pour le marché du vin. Sur la base de cette élasticité de -0,854, une diminution de 25% du prix des spiritueux devrait générer une augmentation de la quantité demandée de 21,34%.

- **H10 - Une croissance des quantités vendues de 2,74% annuellement.**

Puisque les volumes de spiritueux en litre au Québec ont augmenté en moyenne de 2,74% par année, cette croissance est appliquée à partir de l'année 2012, l'année 2011 étant affectée uniquement par la croissance de 21,34% découlant de la baisse des prix.

- **H11 - 10% de parts de marché perdues par la SAQ sur le marché des spiritueux.**

Nous avons prévu une réduction de la part de marché de la SAQ de 10% sur les volumes de spiritueux vendus.

### 3.3.2 Résultats : estimation des ventes de spiritueux - Marché et SAQ

Les estimations des ventes totales de spiritueux au Québec sont montrées au Tableau 6. Suite à la baisse de prix, les volumes en litre augmentent de 24,66% dès la première année. Les ventes en dollars, quant à elles, diminuent de 9,82%. Par la suite, grâce à la croissance du marché, les ventes retrouvent après cinq ans leur niveau de 2010. Au total, l'augmentation des volumes représente un peu moins de 2 bouteilles supplémentaires par année, un impact sur la consommation qui est encore très raisonnable.

**Tableau 6 : Estimation de l'évolution de spiritueux au Québec.**

				<b>Estimations</b>				
<b>Marché québécois</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventes (x 1000 \$)	586 064	604 930	626 224	564 717	580 874	597 493	614 587	632 171
<i>Croissance (%)</i>		3,22%	3,52%	-9,82%	2,86%	2,86%	2,86%	2,86%
Volumes (x 1000 litres)	26 088	26 422	27 032	33 699	34 621	35 568	36 541	37 541
<i>Croissance (%)</i>		1,28%	2,31%	24,66%	2,74%	2,74%	2,74%	2,74%
Volumes par hab.	3,37	3,38	3,42	4,26	4,38	4,50	4,62	4,75
Nb bout. par hab.	4,49	4,50	4,56	5,68	5,84	6,00	6,16	6,33
<b>Ventes SAQ</b>								
Ventes (x 1000 \$)	513 600	529 400	551 400	464 557	477 848	491 520	505 582	520 047
<i>Croissance (%)</i>		3,08%	4,16%	-15,75%	2,86%	2,86%	2,86%	2,86%
Volumes (x 1000 litres)	19 400	19 600	20 300	22 776	23 399	24 039	24 697	25 373
<i>Croissance (%)</i>		1,03%	3,57%	12,20%	2,74%	2,74%	2,74%	2,74%
<b>Ventes autres que SAQ (cavistes)</b>								
Ventes (x 1000 \$)	72 464	75 530	74 824	100 160	103 025	105 973	109 005	112 124
<i>Croissance (%)</i>		4,23%	-0,93%	33,86%	2,86%	2,86%	2,86%	2,86%
Volumes (x 1000 litres)	6 688	6 822	6 732	10 923	11 222	11 529	11 844	12 168
<i>Croissance (%)</i>		2,00%	-1,32%	62,26%	2,74%	2,74%	2,74%	2,74%



L'évolution des ventes de spiritueux à la SAQ est illustrée dans la deuxième partie du Tableau 6. Les volumes devraient s'accroître de 12,20% dès la première année de la libéralisation suite à la diminution de prix de 25%, malgré les parts de marché perdues aux mains des cavistes, pour ensuite augmenter à un rythme annuel de 2,74% (H10). Les ventes en dollars chutent de 15,75% la première année, essentiellement à cause de l'effet de la baisse de prix, pour augmenter de 2,86% par la suite. Cette augmentation des ventes reflète les hypothèses de croissance du marché (volumes et budget moyen accordé aux spiritueux).

*Source des données : les données sur les ventes de spiritueux à la SAQ entre 2008 et 2010 sont tirées des rapports d'activité de la SAQ.*

### **3.4 Marché de la bière**

Le marché de la bière ne représente que 3,55% des ventes de la SAQ. Les bières sont essentiellement vendues au Québec dans les supermarchés, les dépanneurs, ainsi que les bistros, bars et restaurants. Une libéralisation partielle ne devrait donc pas affecter les ventes de bière de la SAQ, sans compter qu'il s'agit d'un marché très marginal pour la société d'État. S'il y a une croissance du marché de la bière, nous croyons que ce sera au profit des microbrasseries québécoises ou encore d'un très petit nombre de cavistes faisant un peu d'importation de bières étrangères.

Par ailleurs, la croissance des volumes de bière par habitant sur le marché québécois a été très faible, à un rythme de 0,52% annuellement en moyenne durant les cinq dernières années. La valeur par litre a, quant à elle, diminué, mais très faiblement, de 0,76% annuellement en moyenne durant la même période. Considérant cela, nous prenons comme hypothèse que le marché de la bière restera stable suite à une libéralisation partielle.

*Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus). Les données sur les ventes de bières à la SAQ entre 2008 et 2010 sont tirées des rapports d'activité de la SAQ.*

- **H12 – Les ventes et les volumes de bière restent constants.**

Si des cavistes réussissent à faire la promotion de bières spéciales importées, ce sera sûrement au dépend de la production locale. Ceci n'affecte pas la taille du marché de la bière au total.

Les résultats sur l'évolution du marché de la bière sont présentés au Tableau 7. Les ventes totales de bière en 2010 s'élevaient à 2 079 millions de dollars. Ces ventes restent identiques les années suivantes, selon notre hypothèse d'une constance de ce marché. Il en est de même pour les ventes de la SAQ qui restent à 90,5 millions de dollars, leur niveau en 2010.

*Source des données : les données sur les ventes de spiritueux à la SAQ entre 2008 et 2010 sont tirées des rapports d'activité de la SAQ.*

**Tableau 7 : Estimation de l'évolution de bières au Québec.**

<b>Marché québécois</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Estimations</b>				
				<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventes (x 1000 \$)	2 069 113	2 143 906	2 079 923	2 079 923	2 079 923	2 079 923	2 079 923	2 079 923
Volumes (x 1000 litres)	594 605	620 145	634 656	634 656	634 656	634 656	634 656	634 656
<b>Ventes SAQ</b>								
Ventes (x 1000 \$)	79 900	88 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500
Volumes (x 1000 litres)	11 200	11 500	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400

## Section 4 : Estimation des profits de la SAQ

Dans cette section, nous estimons le profit de la SAQ suite à l'ouverture du marché de la distribution des vins et alcools au Québec. Nous avons déjà calculé dans la section précédente les ventes de vins, de spiritueux et de bières de la SAQ. La somme des ventes de ces trois segments nous donne le total des ventes de la SAQ. Les résultats des précédentes sections sont reportés dans les Tableaux 8 (scénario A) et 9 (scénario B).

Pour obtenir le bénéfice net (les profits), il suffit de soustraire à la valeur des ventes – déjà estimées – les coûts des produits vendus et les coûts d'exploitation. Dans la prochaine section, nous estimons donc les coûts de la SAQ.

### 4.1 Estimation des coûts d'exploitation de la SAQ

Avec l'absence d'une réelle concurrence, la SAQ ne fonctionne pas dans un environnement qui l'incite à faire des efforts importants pour réduire ses coûts d'exploitation. D'ailleurs, selon une étude de KPMG en 2010, le ratio des dépenses d'exploitation sur ventes nettes s'élevait à 15,9% à la LCBO, contre 19,4% à la SAQ. Selon un article du Journal de Montréal, « en ajustant ces données selon le mixte de produits, qui favoriserait la LCBO, la firme KPMG a calculé que la LCBO maintenait l'avantage, bien qu'il soit réduit. Son ratio augmentait à 18,2% »<sup>10</sup>.

Le Tableau 10 (page 36) montre le détail des résultats d'exploitation de la SAQ. Les données proviennent des rapports d'activité de la SAQ. Le Tableau 11 (page 37) reprend les données du Tableau 10, mais exprimées en litres vendus. Le coût moyen d'exploitation par litre vendu s'élevait à 2,74\$ en 2010, un niveau très élevé par rapport à la grande distribution où le coût de distribution devrait se situer plutôt à moins de 2\$ la bouteille. Notons que les salaires représentent environ 66% de ce montant. La marge brute de la SAQ est en moyenne de 112% par rapport au prix du producteur (qui inclut le coût de transport), mais avec ce niveau élevé de coût d'exploitation, la marge nette se réduit à 34%. Une telle marge nette reste tout de même substantielle sur le marché de la distribution.

Nous pensons donc que la SAQ sera fortement incitée à réaliser d'importants efforts de réduction des coûts suite à une libéralisation partielle, de façon à compenser la baisse de prix et la perte de parts de marché. Par ailleurs, comme le soulignais le rapport de KPMG, une partie des coûts supplémentaires de la SAQ s'explique par l'importance de la diversité offerte à travers les quelques 400 succursales. La gestion d'un petit volume d'un grand nombre de références s'avère assez coûteux, notamment du côté des produits de spécialité. Or, notre système de libéralisation partielle permettra de délester la SAQ de la gestion d'une partie de ces références en vin, qui seront dorénavant distribuées par les cavistes. Ainsi, la SAQ, en se concentrant davantage sur la vente de produits à fort volume, pourra d'autant plus réduire ses coûts d'exploitation.

Afin d'estimer les coûts d'exploitation de la SAQ suite à une libéralisation partielle, nous prenons l'hypothèse suivante :

---

<sup>10</sup> <http://tvanouvelles.ca/lcn/economie/archives/2011/07/20110729-141825.html>

**Tableau 8 : Estimation des ventes totales de la SAQ – Scénario A**

				<b>Estimations</b>				
<b>Total des boissons</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventes (x 1000 \$)	2 293 900	2 417 800	2 542 200	2 191 765	2 269 423	2 349 993	2 433 585	2 464 690
Volumes (x 1000 litres)	162 500	168 100	174 000	209 123	214 995	221 041	227 267	227 942
<b>Vins</b>								
Ventes (x 1000 \$)	1 700 400	1 799 900	1 900 300	1 636 708	1 701 075	1 767 973	1 837 503	1 854 142
Volumes (x 1000 litres)	131 900	137 000	142 300	174 947	180 196	185 602	191 170	191 170
<b>Spiritueux</b>								
Ventes (x 1000 \$)	513 600	529 400	551 400	464 557	477 848	491 520	505 582	520 047
Volumes (x 1000 litres)	19 400	19 600	20 300	22 776	23 399	24 039	24 697	25 373
<b>Bière</b>								
Ventes (x 1000 \$)	79 900	88 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500
Volumes (x 1000 litres)	11 200	11 500	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400

**Tableau 9 : Estimation des ventes totales de la SAQ – Scénario B**

	2008	2009	2010	Estimations				
				2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total des boissons</b>								
Ventes (x 1000 \$)	2 293 900	2 417 800	2 542 200	2 154 923	2 231 132	2 310 197	2 392 224	2 477 326
Volumes (x 1000 litres)	162 500	168 100	174 000	172 347	177 115	182 025	187 080	192 285
<b>Vins</b>								
Ventes (x 1000 \$)	1 700 400	1 799 900	1 900 300	1 599 866	1 662 784	1 728 177	1 796 141	1 866 779
Volumes (x 1000 litres)	131 900	137 000	142 300	138 171	142 316	146 586	150 983	155 513
<b>Spiritueux</b>								
Ventes (x 1000 \$)	513 600	529 400	551 400	464 557	477 848	491 520	505 582	520 047
Volumes (x 1000 litres)	19 400	19 600	20 300	22 776	23 399	24 039	24 697	25 373
<b>Bière</b>								
Ventes (x 1000 \$)	79 900	88 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500	90 500
Volumes (x 1000 litres)	11 200	11 500	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400

**Tableau 10 : Résultats d'exploitation SAQ – Résultats totaux**

Résultats totaux	Valeur en millions de dollars		
	2008	2009	2010
Ventes nettes	2 293,90	2 417,80	2 542,20
Coût des produits vendus (prix producteur + transport)	1 054,80	1 143,20	1 198,20
<b>Marge brut</b>	<b>117,5%</b>	<b>111,5%</b>	<b>112,2%</b>
Charges d'exploitation	478,20	469,20	476,80
<b>Frais de vente et mise en marché, de distribution et d'administration</b>	475,46	482,25	498,55
<i>Rémunération et avantages sociaux</i>	316,88	319,17	332,48
<i>Frais d'occupation d'immeuble</i>	63,74	66,97	69,43
<i>Frais d'utilisation de l'équipement et des fournitures</i>	22,34	20,30	19,66
<i>Frais de livraison et communication</i>	11,38	8,81	8,32
<i>Autres charges d'exploitation</i>	61,12	67,01	68,67
<i>Charge de financement</i>	2,90	2,46	0,56
<i>Total sans salaire</i>	161,48	165,55	166,64
<b>Bénéfice net (bén brut - charges)</b>	<b>760,90</b>	<b>805,40</b>	<b>867,20</b>
<b>Marge nette</b>	<b>33,2%</b>	<b>33,3%</b>	<b>34,1%</b>

Source : Rapport d'activité SAQ 2008, 2009 et 2010.

**Tableau 11 : Résultats d'exploitation SAQ par litre vendu**

Résultat par litre vendu	Valeur totale			Pourcentage des charges d'exploitation		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
<b>Volume total vendu (en litres)</b>	<b>162,50 \$</b>	<b>168,10 \$</b>	<b>174,00 \$</b>			
Ventes nettes	14,12 \$	14,38 \$	14,61 \$			
Coût des produits vendus (prix producteur + transp)	6,49 \$	6,80 \$	6,89 \$			
<b>Marge brut</b>	<b>117%</b>	<b>111%</b>	<b>112%</b>			
Charges d'exploitation	2,94 \$	2,79 \$	2,74 \$			
<b>Frais de vente et m.e.m., de distrib.n et d'adm.</b>	2,93 \$	2,87 \$	2,87 \$			
Rémunération et avantages sociaux	1,95 \$	1,90 \$	1,91 \$	66,24%	65,85%	66,61%
Frais d'occupation d'immeuble	0,39 \$	0,40 \$	0,40 \$	13,33%	13,82%	13,91%
Frais d'utilisation de l'équ. et des fournitures	0,14 \$	0,12 \$	0,11 \$	4,67%	4,19%	3,94%
Frais de livraison et communication	0,07 \$	0,05 \$	0,05 \$	2,38%	1,82%	1,67%
Autres charges d'exploitation	0,38 \$	0,40 \$	0,39 \$	12,78%	13,82%	13,76%
Charge de financement	0,02 \$	0,01 \$	0,00 \$	0,61%	0,51%	0,11%
Total sans salaire	0,99 \$	0,98 \$	0,96 \$	33,76%	34,15%	33,39%
<b>Bénéfice net (bén. brut - charges)</b>	<b>4,68 \$</b>	<b>4,79 \$</b>	<b>4,98 \$</b>			
<b>Marge nette</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>34%</b>			

Source : Rapport d'activité SAQ 2008, 2009 et 2010.

**H11 - Réduction de 20% des charges d'exploitation par litre.** Nous avons donc opté pour une hypothèse d'une réduction de 20% des charges d'exploitation par litre, ce qui amènerait le coût moyen par litre à 2,19\$. Ce montant reste élevé, mais compte tenu qu'une grande part des coûts d'exploitation est constituée par les salaires, et compte tenu de l'historique des négociations syndicales à la société d'État, nous ne croyons pas que la SAQ pourra substantiellement diminuer rapidement ce poste budgétaire. Cette diminution de 20% représente donc une hypothèse très conservatrice.

Pour obtenir le coût total des charges d'exploitation, il suffit simplement de multiplier, pour chaque année, le coût moyen par les volumes vendus que nous avons estimés auparavant. La soustraction des ventes totales estimées (en dollars), du coût des produits vendus (prix producteur) et des charges d'exploitation ainsi obtenus nous donnent le bénéfice net de la SAQ. Ce bénéfice net étant versé au Gouvernement du Québec sous forme de dividendes, nous avons donc une estimation de l'impact sur les finances publiques des variations de profits à la SAQ suite à une libéralisation partielle.

#### **4.2. Résultats : bénéfices nets de la SAQ**

Les résultats sont indiqués dans les Tableaux 12 (scénario A) et 13 (scénario B). Les ventes estimées correspondent au total des ventes de vin, de spiritueux et de bières calculées dans les sections précédentes (voir Tableaux 8 et 9).

Dans le cas du scénario A, les profits de la SAQ passeraient de 867 millions de dollars en 2010 à 293 millions dans la première année suite à la libéralisation partielle. Cette baisse substantielle est explicable par trois éléments. Premièrement, les ventes sont affectées par la baisse des prix induite par la libéralisation, compressant les marges. Avec un coût des produits vendus de 6,89\$ par litre, la marge brute de la SAQ passerait en effet de 112% en 2010 à 52% après un an. Deuxièmement, les parts de marché de la SAQ sont grugées par la concurrence des cavistes. Troisièmement, la réduction des prix fait augmenter les volumes vendus. Or, même avec une diminution des coûts d'exploitation de 20%, l'augmentation importante des volumes fait significativement croître les coûts dans un contexte de réduction des marges. Par contre, grâce à l'expansion du marché, les profits de la SAQ remonteraient à un peu moins de 400 millions en cinq ans.

Dans le cas du scénario B, la marge brute de la SAQ passerait de 112% en 2010 à 81% après un an, une situation beaucoup plus avantageuse que dans le scénario A. De même, la marge nette passerait de 33% à 27% après un an, une diminution bien moindre que dans le scénario A. Cette différence avec le scénario A s'explique par deux facteurs. Premièrement, le consommateur compense une partie de la baisse de prix à l'achat de vin de meilleure qualité, donc à prix plus élevés. Ceci maintient la marge de la SAQ. Deuxièmement, les volumes de la SAQ diminuent de 2,90%, en particulier sur les vins de très basse qualité. Ainsi, nous n'obtenons pas la forte augmentation des coûts d'exploitation du scénario A suite à l'augmentation des volumes. Au total, le bénéfice net de la SAQ passe de 867 millions de dollars en 2010 à 590 millions de dollars après un an. Par la suite, le bénéfice net revient presque au niveau de 2010 après cinq ans.

Signalons encore une fois que ces estimations sont assez conservatrices. Si la SAQ est appelée à se concentrer davantage sur les produits à fort volume, délaissant un certain nombre de



produits de spécialité coûteux à distribuer et à faible volume au profit des cavistes, il est à parier que le coût moyen des produits vendus (prix producteur) pourrait diminuer bien en deçà des 6,89\$ par litre. De plus, ces économies d'échelle réalisées sur les forts volumes permettront de réduire les coûts d'exploitation au-delà de 20%.

**Tableau 12 : Estimation des résultats d'exploitation de la SAQ – Scénario A**

En millions de dollars	2010	Estimations				
		2011	2012	2013	2014	2015
Ventes nettes	2 542,20	2 191,76	2 269,42	2 349,99	2 433,59	2 464,69
Coût des produits vendus (coût producteur)	1 198,20	1 440,07	1 480,50	1 522,14	1 565,01	1 569,66
<b>Marge brut</b>	<b>112,17%</b>	<b>52,20%</b>	<b>53,29%</b>	<b>54,39%</b>	<b>55,50%</b>	<b>57,02%</b>
Charges d'exploitation	476,80	458,44	471,31	484,56	498,21	499,69
<b>Bénéfice net (bén. brut - charges)</b>	<b>867,20</b>	<b>293,26</b>	<b>317,61</b>	<b>343,29</b>	<b>370,36</b>	<b>395,34</b>
<b>Marge nette</b>	<b>34,11%</b>	<b>13,38%</b>	<b>14,00%</b>	<b>14,61%</b>	<b>15,22%</b>	<b>16,04%</b>

**Tableau 13 : Estimation des résultats d'exploitation de la SAQ – Scénario B**

En millions de dollars	2010	Estimations				
		2011	2012	2013	2014	2015
Ventes nettes	2 293,90	2 154,92	2 231,13	2 310,20	2 392,22	2 477,33
Coût des produits vendus (coût producteur)	1 054,80	1 186,82	1 219,66	1 253,46	1 288,28	1 324,12
<b>Marge brut</b>	<b>117,47%</b>	<b>81,57%</b>	<b>82,93%</b>	<b>84,30%</b>	<b>85,69%</b>	<b>87,09%</b>
Charges d'exploitation	478,20	377,82	388,27	399,03	410,11	421,52
<b>Bénéfice net (bén. brut - charges)</b>	<b>760,90</b>	<b>590,29</b>	<b>623,21</b>	<b>657,70</b>	<b>693,83</b>	<b>731,68</b>
<b>Marge nette</b>	<b>33,17%</b>	<b>27,39%</b>	<b>27,93%</b>	<b>28,47%</b>	<b>29,00%</b>	<b>29,54%</b>

## Section 5 : Autres retombées financières.

À titre de société d'État, les variations de profits de la SAQ impactent directement la situation financière du Gouvernement du Québec, puisque ces profits sont versés sous forme de dividendes à l'État québécois.

Mais plus généralement, une libéralisation partielle du marché contribuera à stimuler l'activité économique au Québec de deux façons. Premièrement, un réseau de cavistes et de boutiques spécialisées va se développer au Québec, générant de nouveaux emplois, de l'entrepreneuriat local et des retombées économiques. Deuxièmement, les producteurs québécois seront parmi les principaux bénéficiaires de ce marché partiellement libéralisé. La demande québécoise pour les produits d'ici devrait croître beaucoup plus rapidement, stimulant la production, l'emploi, les ventes et les profits des producteurs québécois.

L'activité économique ainsi générée par le développement de ces deux secteurs d'activité devrait à terme représenter de nouvelles rentrées de recettes d'impôts et de taxes pour le Gouvernement du Québec. En effet, tout revenu devient éventuellement une dépense, générant le revenu d'une tierce partie, qui deviendra à son tour une dépense, etc. L'ensemble de ces dépenses et de ces revenus génèrent, à chaque étape du cycle économique, de nouvelles recettes de taxes et d'impôts pour le Gouvernement du Québec.

Ainsi, dans cette section, nous estimons d'abord les retombées financières sur les finances du Gouvernement du Québec provenant du développement d'un réseau de cavistes, et ensuite celles provenant de la croissance de la production québécoise de vins et alcools.

Les retombées économiques d'une nouvelle activité peuvent se mesurer en utilisant le concept du multiplicateur économique. Le multiplicateur mesure l'impact d'un dollar d'activité supplémentaire sur le PIB et sur l'emploi. À cet effet, l'Institut de la Statistique du Québec (ISQ) a développé le modèle intersectoriel du Québec. Sur la base de ce modèle, l'ISQ a calculé des tableaux présentant les retombées économiques directes, indirectes et totales pour différents secteurs productifs<sup>11</sup>. Les retombées **directes** représentent l'augmentation de la production de l'industrie, ainsi que les dépenses en salaires et rémunération, et les dépenses effectuées auprès des premiers fournisseurs. Mais ces dépenses génèrent elles-mêmes de l'activité économique. Les revenus des fournisseurs deviendront soit des paiements de salaire (rémunération de leurs propres employés) ainsi que les dépenses auprès de leurs propres fournisseurs. Les effets **indirects** sont donc calculés pour les fournisseurs qui viennent après les premiers fournisseurs.

Puisque chaque dollar de production et chaque dollar de dépenses génèrent des revenus de taxes et d'impôts pour le Gouvernement, le modèle intersectoriel de l'ISQ permet de mesurer l'impact sur différentes composantes affectant les finances du Gouvernement : impôts sur salaires et traitements, taxes de vente, autres taxes spécifiques et parafiscalité.

---

<sup>11</sup> Ce modèle est en partie basé sur les tableaux intrant-extrant (entrées et sorties) de la comptabilité nationale de Statistique Canada.

### 5.1 Retombées économiques : développement d'un réseau de cavistes.

Sans libéralisation partielle, il n'y a pas l'émergence d'un réseau de cavistes. Avec cette libéralisation, les cavistes pourront développer un nouveau marché sur la base de deux facteurs. D'une part, ils viendront conquérir des parts de marché à la SAQ. Les ventes supplémentaires découlant d'une libéralisation partielle proviennent donc de la valeur des marchés perdus par la SAQ, tel qu'estimée dans la section 3. Deuxièmement, grâce au travail de promotion et de pédagogie des cavistes, et grâce à leur dynamisme et leurs services personnalisés, nous avons posé certaines hypothèses concernant une montée en qualité dans la consommation d'alcools des québécois. Les ventes des cavistes devraient donc croître au rythme de la croissance du marché total.

Les Tableaux 14 (scénario A) et 15 (scénario B) indiquent le montant des ventes supplémentaires des cavistes découlant de l'ouverture de la distribution des vins et alcools au Québec. Il suffit de multiplier ces montants par les multiplicateurs calculés à partir du modèle intersectoriel de l'ISQ. Nous utilisons spécifiquement le modèle calculé pour l'industrie du Commerce de détail pour l'estimation des retombées provenant du développement des cavistes.

La deuxième partie des Tableaux 14 et 15 présente les résultats de l'impact financier de l'activité économique des cavistes sur les finances du Gouvernement du Québec. Dans le scénario A, l'impact total net s'élève à 11,5 millions de dollars en 2011, pour atteindre 12,9 millions en 2015. Dans le scénario B, les cavistes bénéficient de la montée en qualité de la consommation des québécois. Leurs ventes se situent donc à un niveau plus élevé que dans le scénario A. Ainsi, l'impact économique sur les finances publiques est plus important dans le scénario B, se chiffrant à 23,9 millions de dollars en 2011 pour atteindre 27,6 millions après cinq ans.

Si l'on considère l'impact sur l'ensemble de l'économie du Québec, indiqué dans la partie inférieure des Tableaux 14 et 15, le développement d'un réseau de caviste génère à terme des retombées totales de l'ordre de 97,1 millions de dollars annuellement après cinq ans, créant 2 195 emplois supplémentaires dans le scénario A, mais ces retombées s'élèveraient à 206 millions de dollars à terme annuellement dans le scénario B, ce qui correspond à 4 677 emplois supplémentaires. C'est un impact substantiel pour l'économie du Québec.

**Tableau 14 : Impact économique et financier du développement d'un réseau de cavistes – Scénario A**

<b>Ventes supplémentaires des cavistes</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Vin	49 392 115 \$	51 334 569 \$	53 353 414 \$	55 451 655 \$	55 953 799 \$
Spiritueux	51 617 434 \$	53 094 238 \$	54 613 293 \$	56 175 810 \$	57 783 031 \$
<b>TOTAL</b>	<b>101 011 560 \$</b>	<b>104 430 819 \$</b>	<b>107 968 720 \$</b>	<b>111 629 479 \$</b>	<b>113 738 846 \$</b>

<b>Effets directs et indirects sur les finances du Gouvernement du Québec</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Revenus du gouvernement du Québec					
Impôts sur salaires et traitements	2 275 790 \$	2 352 826 \$	2 432 535 \$	2 515 012 \$	2 562 536 \$
Taxes de vente	378 793 \$	391 616 \$	404 883 \$	418 611 \$	426 521 \$
Taxes spécifiques	309 095 \$	319 558 \$	330 384 \$	341 586 \$	348 041 \$
Parafiscalités québécoise (RRQ, FSS, CSST, RQAP)	8 574 871 \$	8 865 132 \$	9 165 465 \$	9 476 226 \$	9 655 291 \$
<b>TOTAL</b>	<b>11 538 551 \$</b>	<b>11 929 132 \$</b>	<b>12 333 267 \$</b>	<b>12 751 435 \$</b>	<b>12 992 388 \$</b>

<b>Effets directs et indirects sur l'ensemble de l'économie du Québec</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Effet total sur le PIB (valeur ajoutée)	86 253 771 \$	89 173 476 \$	92 194 490 \$	95 320 412 \$	97 121 600 \$
Effet total sur l'emploi	1 949	2 015	2 083	2 154	2 195

**Tableau 15 : Impact économique et financier du développement d'un réseau de cavistes – Scénario B**

<b>Ventes supplémentaires des cavistes</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Vin	158 218 651 \$	164 440 949 \$	170 907 952 \$	177 629 285 \$	184 614 948 \$
Spiritueux	51 617 434 \$	53 094 238 \$	54 613 293 \$	56 175 810 \$	57 783 031 \$
<b>TOTAL</b>	<b>209 838 097 \$</b>	<b>217 537 199 \$</b>	<b>225 523 259 \$</b>	<b>233 807 109 \$</b>	<b>242 399 995 \$</b>

<b>Effets directs et indirects sur les finances du Gouvernement du Québec</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Revenus du gouvernement du Québec					
Impôts sur salaires et traitements	4 727 652 \$	4 901 113 \$	5 081 039 \$	5 267 674 \$	5 461 272 \$
Taxes de vente	786 893 \$	815 764 \$	845 712 \$	876 777 \$	909 000 \$
Taxes spécifiques	642 105 \$	665 664 \$	690 101 \$	715 450 \$	741 744 \$
Parafiscalités québécoise (RRQ, FSS, CSST, RQAP)	17 813 156 \$	18 466 733 \$	19 144 669 \$	19 847 885 \$	20 577 336 \$
<b>TOTAL</b>	<b>23 969 806 \$</b>	<b>24 849 274 \$</b>	<b>25 761 522 \$</b>	<b>26 707 786 \$</b>	<b>27 689 351 \$</b>

<b>Effets directs et indirects sur l'ensemble de l'économie du Québec</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Effet total sur le PIB (valeur ajoutée)	179 180 751 \$	185 755 014 \$	192 574 311 \$	199 647 890 \$	206 985 355 \$
Effet total sur l'emploi	4 049	4 197	4 351	4 511	4 677

## 5.2 Retombées économiques : croissance du marché des vins et alcools du Québec

Comme nous l'avons expliqué, les producteurs de vins et alcools du Québec seraient parmi les premiers bénéficiaires d'une libéralisation partielle. Premièrement, celle-ci permettrait d'assurer aux producteurs québécois un meilleur accès au marché par la multiplicité des points de vente. Deuxièmement, les consommateurs québécois sont sans doute rebutés par les prix élevés des produits québécois vendus à la SAQ. Avec une marge de 145% imposée par la SAQ sur les prix, les produits québécois deviennent peu concurrentiels par rapport aux prix, à la notoriété et à la qualité des vins importés. C'est ainsi que les ventes de produits du terroir québécois restent très faibles à la SAQ, s'élevant à 12 millions de dollars en 2010 (soit 0,5% des ventes de la SAQ). Avec une réduction substantielle des prix, il est à parier que le consommateur développera un enthousiasme encore plus marqué pour les produits québécois, à l'instar des autres produits du terroir québécois (fromages, microbrasseries, etc.), un marché en pleine croissance au Québec.

### 5.2.1 Estimation des ventes de vin québécois

Selon le Plan stratégique de développement de l'Association des Vignerons du Québec et des Vignerons Indépendants du Québec, l'objectif de la filière est d'amener les parts des ventes de vin québécois au même niveau que des pays tels que le Chili (3,3% des ventes de la SAQ en 2010) ou l'Argentine (4,4% des ventes de la SAQ). Il s'agirait donc de tripler les parts de marché des vins québécois au Québec. Avec une libéralisation partielle, nous pensons que cet objectif pourrait être réalisé beaucoup plus rapidement. Les vins québécois ne représentent que 1,05% des ventes totales de vin au Québec. Ainsi, d'ici 2015, avec une libéralisation partielle du marché, cette part passerait à 4%.

Ainsi, les hypothèses de croissance du marché des vins québécois sont les suivantes :

**H12 - Une croissance des ventes de vin québécois de 30,08% annuellement pendant cinq ans avec la libéralisation partielle:** cette croissance amènerait la part des vins québécois à 4% en 2015. Ce taux peut sembler élevé, mais, en niveau absolu, la vente de vins du Québec sur le marché québécois ne représente que 21 millions de dollars en 2010. Ces ventes passeraient donc à 81 millions de dollars, ce qui reste un marché encore très marginal.

**H13 - Une croissance des ventes de vin québécois de 13,85% annuellement pendant cinq ans sans la libéralisation partielle:** sans une libéralisation partielle, les ventes de vin québécois poursuivront leur forte croissance, pour atteindre une part de marché de 2% en 2015, selon les objectifs souhaités par l'Association des Vignerons du Québec et des Vignerons Indépendants du Québec.

La différence entre les ventes de vin québécois sans et avec libéralisation nous permet d'estimer les gains supplémentaires pour les producteurs québécois, en termes d'augmentation des ventes, découlant de notre proposition de libéralisation partielle.

*Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus). Association des Vignerons du Québec et des Vignerons Indépendants du Québec. Rapport d'activité de la SAQ.*

### 5.2.2 Estimation des ventes de spiritueux et autres alcools québécois

Peu de statistiques sont disponibles à propos des autres alcools québécois du terroir, segment qui inclut notamment les cidres de glace très populaires auprès des consommateurs. Selon les données de la SAQ (rapport d'activité de la SAQ 2010), les spiritueux représentent 82,32% des ventes totales de produits du terroir québécois à la SAQ. Sur la base des données sur les ventes de vin québécois, nous pouvons donc interpoler la part des ventes des autres alcools du Québec pour l'ensemble du marché.

Nous avons prévu une croissance du marché des spiritueux québécois plus faible que pour les vins québécois, pour des motifs similaires à ceux évoqués précédemment concernant les spiritueux en général (section 3). Ainsi, nous avons posé les hypothèses suivantes :

**H14 - Une croissance des ventes de spiritueux et autres alcools québécois de 7,60% annuellement pendant cinq ans avec la libéralisation partielle.** Cette croissance permettrait de doubler la part de marché des produits québécois sur le marché des spiritueux au Québec.

**H15 - Une croissance des ventes des spiritueux et autres alcools québécois de 3,80% annuellement pendant cinq ans sans la libéralisation partielle,** soit une croissance deux fois moins rapide qu'avec une libéralisation partielle.

La différence entre les ventes des spiritueux du terroir sans et avec libéralisation nous permet d'estimer les gains supplémentaires pour les producteurs québécois, en termes d'augmentation des ventes, découlant de notre proposition de libéralisation partielle.

*Source des données : Statistique Canada, Tableau 183-0006 (Volume et valeur des ventes des boissons alcoolisées et par habitant 15 ans et plus). Rapport d'activité de la SAQ.*

### 5.3 Vins et alcools du Québec : Impact total sur les finances publiques

Le Tableau 16 montre les ventes de vin et de spiritueux québécois avec ou sans libéralisation partielle. La différence entre ces deux montants correspond aux ventes supplémentaires pour les producteurs québécois découlant de la libéralisation.

Il suffit de multiplier ce montant des ventes supplémentaires par le multiplicateur obtenu du modèle intersectoriel de l'ISQ pour obtenir l'impact sur les finances du gouvernement et sur l'économie québécoise. Nous prenons spécifiquement le multiplicateur calculé pour l'industrie de la fabrication de boissons et du tabac.

La deuxième partie du Tableau 16 indique l'impact de la croissance de la production de vins et d'alcools du Québec sur les finances du Gouvernement québécois. L'impact total net sur le budget du Gouvernement est de 251 368 dollars en 2011, un montant très modeste au départ.



Mais, avec le développement rapide de la filière, cet impact atteint 2,1 millions de dollars après cinq ans.

Par contre, la croissance de la production québécoise induite par une libéralisation partielle aurait à terme un impact important sur l'ensemble de l'économie du Québec, de l'ordre de 45,5 millions de dollars par année en retombées économiques, sans compter les 63 millions de ventes supplémentaires réalisées par les producteurs. Ces retombées représentent 359 emplois supplémentaires.

Soulignons enfin que cette estimation ne tient pas compte du développement de l'agrotourisme dans les régions de production, ni du développement d'autres produits du terroir connexes qui peuvent être offerts par les producteurs de vins et alcools du Québec.

**Tableau 16 : Impact économique et financier de la croissance de la production de vins et alcools québécois.**

		<b>Estimations</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Ventes supplémentaires des cavistes</b>						
<b>Vin : estimation des ventes</b>						
Sans libéralisation	21 178 000 \$	24 111 704 \$	27 451 801 \$	31 254 590 \$	35 584 163 \$	40 513 495 \$
Avec libéralisation	21 178 000 \$	27 700 824 \$	36 232 678 \$	47 392 343 \$	61 989 184 \$	81 081 853 \$
<b>Spiritueux: estimation des ventes</b>						
Sans libéralisation	98 600 478 \$	102 348 707 \$	106 239 423 \$	110 278 041 \$	114 470 185 \$	118 821 690 \$
Avec libéralisation	98 600 478 \$	106 096 936 \$	114 163 340 \$	122 843 022 \$	132 182 608 \$	142 232 269 \$
<b>VENTES TOTAL vin + spiritueux</b>						
Sans libéralisation	119 778 478 \$	126 460 411 \$	133 691 224 \$	141 532 631 \$	150 054 348 \$	159 335 185 \$
Avec libéralisation	119 778 478 \$	133 797 760 \$	150 396 018 \$	170 235 364 \$	194 171 792 \$	223 314 122 \$
<b>VENTES SUPPLÉMENTAIRES</b>	<b>0 \$</b>	<b>7 337 350 \$</b>	<b>16 704 794 \$</b>	<b>28 702 733 \$</b>	<b>44 117 444 \$</b>	<b>63 978 937 \$</b>
<b>Effets directs et indirects sur les finances du Gouvernement du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Revenus du gouvernement du Québec						
Impôts sur salaires et traitements	0 \$	177 784 \$	404 757 \$	695 467 \$	1 068 966 \$	1 550 210 \$
Taxes de vente	0 \$	10 859 \$	24 723 \$	42 480 \$	65 294 \$	94 689 \$
Taxes spécifiques	0 \$	10 272 \$	23 387 \$	40 184 \$	61 764 \$	89 571 \$
Parafiscalités québécoise (RRQ, FSS, CSST, RQAP)	0 \$	52 462 \$	119 439 \$	205 225 \$	315 440 \$	457 449 \$
<b>TOTAL</b>	<b>0 \$</b>	<b>251 378 \$</b>	<b>572 306 \$</b>	<b>983 356 \$</b>	<b>1 511 464 \$</b>	<b>2 191 918 \$</b>
<b>Effets directs et indirects sur l'ensemble de l'économie du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Effet total sur le PIB (valeur ajoutée)	0 \$	5 226 908 \$	11 899 994 \$	20 446 966 \$	31 427 943 \$	45 576 675 \$
Effet total sur l'emploi	0	41	94	161	247	359

## Section 6 : Impact total sur les finances du Gouvernement du Québec

L'impact total de notre proposition de libéralisation partielle est montré dans les Tableaux 17 (scénario A) et 18 (scénario B).

Dans le cas du scénario A, les recettes du Gouvernement du Québec chuteraient de 64%, passant de 867 millions (soit le profit de la SAQ en 2010) à 305 millions en 2011. Cette baisse s'explique essentiellement par les pertes de profits de la SAQ, alors que la production québécoise n'a pas eu le temps encore de profiter de l'ouverture du marché pour se développer plus rapidement.

Mais, par la suite, les recettes du Gouvernement augmentent très rapidement pour atteindre 410 millions après cinq ans. Cette croissance s'explique d'abord par l'accroissement des parts de marché des producteurs québécois, cette production supplémentaire générant de l'activité économique au Québec et donc des recettes d'impôts et de taxes. Mais aussi, le dynamisme des cavistes ainsi que leur travail de promotion doit stimuler la consommation de produits de qualité au Québec. Comptant sur un réseau étendu de 400 succursales à travers la province, et grâce à son image de marque, la SAQ profite aussi de cette expansion de la consommation de qualité. Ainsi, ses profits augmentent graduellement grâce à la libéralisation partielle pour atteindre 395 millions après cinq ans.

Au total, une libéralisation partielle génère à terme, selon le scénario A, des retombées économiques totales de l'ordre de 142 millions de dollars annuellement, créant 2 553 emplois supplémentaires.

Le scénario B est encore plus avantageux pour le Gouvernement du Québec. D'une part, la SAQ limite la diminution de ses marges puisque le consommateur profite de la baisse de prix pour monter en qualité de produit. D'autre part, les cavistes gagnent aussi de ce saut qualitatif, se spécialisant davantage dans des produits de moyenne et de haute gamme. Les retombées financières provenant des cavistes sont donc plus élevées. Ainsi, à terme, les recettes du Gouvernement s'élèvent à 761 millions de dollars annuellement, soit un petit peu moins que le niveau de 2010.

Les retombées économiques totales du scénario B pour l'ensemble de l'économie du Québec se chiffrent à 252 millions de dollars à terme par année, créant 5 036 emplois supplémentaires. On voit donc que, au total, le Québec sort gagnant avec ce scénario de libéralisation partielle.

Au total, tant dans le scénario A que le scénario B, le Gouvernement du Québec accuse une baisse de recettes dans les toutes premières années d'une libéralisation partielle, mais par la suite, les recettes augmentent rapidement et viennent en moitié (scénario A) ou presque totalement (scénario B) compenser les pertes de départ. Ceci est dû en grande partie au développement de la production québécoise de vins et alcools ainsi que du développement commercial des cavistes qui apportent des retombées économiques importantes pour le Québec.

Rappelons que ces estimations sont obtenues sur la base d'hypothèses très conservatrices. Comme nous l'avons expliqué précédemment, nous pensons qu'il serait possible pour la SAQ non seulement de réduire ses coûts d'exploitation bien au-delà de 20% (hypothèse H11), mais aussi de compresser les prix producteurs que nous avons gardés au même niveau. Dans ce cas, les recettes du Gouvernement du Québec retrouveraient ou dépasseraient leur niveau de 2010 à terme dans les deux scénarios.

Enfin, terminons cette étude en soulignant que l'impact de notre proposition n'est pas que financière. Dans la section 1, nous avons démontré tous les avantages d'une libéralisation partielle du point de vue du consommateur québécois : meilleur prix, services plus personnalisés, mais surtout une offre beaucoup plus large et intéressante de vins et alcools accessibles, permettant enfin aux québécois d'apprécier les plaisirs liés à la dégustation de vin dans toute sa diversité.

**Tableau 17 : Impact total – Scénario A**

		<b>Estimations</b>				
<b>Impact total sur les finances du Gouvernement du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Profits SAQ	867 197 000 \$	293 256 347 \$	317 610 593 \$	343 292 311 \$	370 364 816 \$	395 335 502 \$
Retombées cavistes	0 \$	11 538 551 \$	11 929 132 \$	12 333 267 \$	12 751 435 \$	12 992 388 \$
Retombées producteurs québécois	0 \$	251 378 \$	572 306 \$	983 356 \$	1 511 464 \$	2 191 918 \$
<b>TOTAL</b>	<b>867 197 000 \$</b>	<b>305 046 275 \$</b>	<b>330 112 032 \$</b>	<b>356 608 933 \$</b>	<b>384 627 715 \$</b>	<b>410 519 809 \$</b>
<b>Effets directs et indirects sur l'ensemble de l'économie du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Effet total sur le PIB (valeur ajoutée)	0 \$	91 480 679 \$	101 073 470 \$	112 641 457 \$	126 748 355 \$	142 698 276 \$
Effet total sur l'emploi	0	1 990	2 109	2 244	2 401	2 553

**Tableau 18 : Impact total – Scénario B**

		<b>Estimations</b>				
<b>Impact total sur les finances du Gouvernement du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Profits SAQ	867 197 000 \$	590 286 642 \$	623 208 167 \$	657 700 669 \$	693 834 235 \$	731 681 961 \$
Retombées cavistes	0 \$	23 969 806 \$	24 849 274 \$	25 761 522 \$	26 707 786 \$	27 689 351 \$
Retombées producteurs québécois	0 \$	251 378 \$	572 306 \$	983 356 \$	1 511 464 \$	2 191 918 \$
<b>TOTAL</b>	<b>867 197 000 \$</b>	<b>614 507 825 \$</b>	<b>648 629 748 \$</b>	<b>684 445 546 \$</b>	<b>722 053 484 \$</b>	<b>761 563 231 \$</b>
<b>Effets directs et indirects sur l'ensemble de l'économie du Québec</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Effet total sur le PIB (valeur ajoutée)	0 \$	184 407 658 \$	197 655 008 \$	213 021 277 \$	231 075 833 \$	252 562 031 \$
Effet total sur l'emploi	0	4 090	4 291	4 512	4 759	5 036

## Annexe 1

Dans cette annexe, nous décrivons la méthodologie pour estimer la part des stocks annuels de la SAQ par segment de prix.

A partir du moteur de recherche Internet de la SAQ, nous avons recueilli des informations sur les stocks disponibles en succursale et les prix de chaque référence de vin du millésime 2009<sup>12</sup>. À partir de ces données, nous avons pu réaliser une première estimation des parts de chaque segment de prix dans l'offre de la SAQ.

Cependant, ces données représentent l'état des stocks à un moment précis de l'année, et non l'ensemble des ventes sur une année complète. Le poids des vins à fort roulement de volume (vendus en grande quantité) – surtout l'apanage des références de moins de 15\$ – est nettement sous-estimé. De même, la part des vins de plus de 15\$, qui roulent moins rapidement, est surestimée. Afin de raffiner nos calculs, nous avons donc ajusté la part de chaque segment récursivement de façon suivante :

- La part de chaque segment initialement calculée sur la base du millésime 2009 est appliquée au volume total (en litre) de vin vendu par la SAQ en 2010<sup>13</sup>. Nous obtenons donc une première estimation des volumes vendus par segment;
- Par la suite, nous multiplions les volumes ainsi obtenus par segment par leur prix respectif afin d'obtenir les ventes totales de vin en dollars. Ce total estimé devrait être égal aux ventes de vin de la SAQ en 2010;
- Si ce n'est pas le cas, les parts de chaque segment sont ajustées récursivement de façon à ce que le total des ventes ainsi calculé soit égal aux véritables ventes de la SAQ en 2010, tout en maintenant la somme des parts égale à 100%.

Puisque la moyenne des ventes par litre est de 13,36\$, qu'il n'y a pas de bouteille à moins de 7,90\$, qu'il y a très peu de références entre 7,90\$ et 9,99\$, et qu'il existe une large diversité de références entre 13\$ et 60\$, il devient relativement aisé de trouver les parts de chaque segment de prix permettant de respecter cette procédure. Par exemple, lorsque nous accordons une trop grande part à des vins de plus de 20\$, cela tend à surestimer nettement les ventes. Il faut donc rééquilibrer les parts en donnant plus de poids à des vins moins chers. De même, nous savons qu'il y a peu de références de vin à un prix de moins de 9\$. Il faut donc que les parts soient surtout concentrées autour des vins de 12\$-13\$.

Les résultats de nos estimations des parts de chaque segment sont présentés dans le Tableau A1 ci-dessous. La deuxième colonne du Tableau A1 donne les parts calculées à partir du travail de compilation de données sur Internet pour le millésime 2009. La troisième colonne indique les parts que nous avons estimées suivant la procédure décrite ci-dessus. En multipliant ces parts par le volume total de vin vendu à la SAQ en 2010, on obtient une estimation des quantités en litre par segment dans la quatrième colonne. Enfin, en multipliant le prix de chaque segment par ces quantités, on obtient les ventes par segment dans la dernière colonne. La somme de ces ventes devrait être égale aux ventes de vin de la SAQ en 2010.

<sup>12</sup> Cette étape nécessitant un travail long et fastidieux, nous avons débuté par une estimation réduite aux seules références issues du millésime 2009.

<sup>13</sup> Source : rapport d'activité de la SAQ 2010.

**Tableau A1 : Part estimée par segment de prix**

<b>Segment de prix</b>	<b>Part initiale Stock total millésime 2009</b>	<b>Part estimée (ensemble des stocks annuels)</b>	<b>Quantité (litres)</b>	<b>Ventes</b>
6\$ - 6,99\$	0,00%	0,00%	0	0 \$
7\$ - 7,99\$	0,51%	1,29%	1 835 670	12 849 690 \$
8\$ - 8,99\$	0,44%	2,90%	4 126 700	33 013 600 \$
9\$ - 9,99\$	2,55%	3,30%	4 695 900	42 263 100 \$
10\$ - 10,99\$	3,30%	5,50%	7 826 500	78 265 000 \$
11\$ - 11,99\$	3,33%	6,30%	8 964 900	98 613 900 \$
12\$ - 12,99\$	6,27%	18,89%	26 873 782	322 485 383 \$
13\$ - 13,99\$	9,18%	29,30%	41 693 900	542 020 700 \$
14\$ - 14,99\$	8,03%	12,20%	17 360 600	243 048 400 \$
15\$ - 15,99\$	15,32%	6,10%	8 680 300	130 204 500 \$
16\$ - 16,99\$	10,99%	4,00%	5 692 000	91 072 000 \$
17\$ - 17,99\$	6,39%	2,40%	3 415 200	58 058 400 \$
18\$ - 18,99\$	6,90%	2,10%	2 988 300	53 789 400 \$
19\$ - 19,99\$	8,61%	1,60%	2 276 800	43 259 200 \$
20\$ - 20,99\$	4,14%	1,45%	2 063 350	41 267 000 \$
21\$ - 21,99\$	2,35%	1,30%	1 849 900	38 847 900 \$
22\$ - 24\$	5,45%	0,23%	327 290	7 854 960 \$
24\$ - 27\$	2,42%	0,20%	277 485	7 492 095 \$
27\$ - 30\$	0,97%	0,18%	256 140	7 684 200 \$
30\$ - 33\$	0,77%	0,16%	227 680	7 513 440 \$
33\$ - 36 \$	0,31%	0,12%	170 760	6 147 360 \$
36\$ - 39 \$	0,33%	0,11%	156 530	6 104 670 \$
39\$ - 42 \$	0,25%	0,06%	85 380	3 585 960 \$
42\$ - 45 \$	0,14%	0,05%	71 150	3 201 750 \$
45\$ - 48 \$	0,20%	0,03%	42 690	2 049 120 \$
48\$ - 51 \$	0,08%	0,02%	28 460	1 451 460 \$
51\$ - 54 \$	0,09%	0,02%	28 460	1 536 840 \$
54\$ - 57 \$	0,03%	0,11%	162 222	9 246 654 \$
57\$ - 60 \$	0,33%	0,06%	81 111	4 866 660 \$
Plus de 60 \$	0,31%	0,03%	40 840	2 572 926 \$
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>142 300 000</b>	<b>1 900 366 268 \$</b>

<b>Ventes totales de vin en 2010 à la SAQ</b>	1 900 300 000 \$
<b>Volume total de vin vendu à la SAQ</b>	142 300 000
<b>Nombre total de référence millésime 2009 (en date du 25 octobre 2010)</b>	1605