



**Mémoire au Comité permanent des finances de la
Chambre des Communes présenté dans le cadre
des consultations prébudgétaires de 2014
Le 6 août 2014**

RÉSUMÉ

L'Association des vignerons canadiens (AVC) est l'association nationale de l'industrie vinicole canadienne représentant les établissements vinicoles de tout le pays, qui sont à l'origine de 90 % de la production annuelle de vin. Les membres de l'association participent à l'ensemble de la chaîne de valeur du vin – de la viticulture, la gestion agricole, les vendanges, la production vinicole, la mise en bouteilles à la vente au détail, et au tourisme, en passant par la recherche.

L'industrie vinicole canadienne est en pleine croissance dans six provinces du Canada, apportant ainsi l'une des plus importantes contributions à valeur ajoutée à un produit agricole et offrant des débouchés supplémentaires en milieu rural. Le Canada se classe également à la deuxième place des marchés les plus attrayants au monde pour la vente de vin; et la croissance de la consommation de vin au pays est trois fois plus rapide que la moyenne mondiale. Il est vital de mettre en œuvre les recommandations proposées dans le présent mémoire étant donné que l'occasion de conquérir une nouvelle part de marché dans un secteur en pleine croissance est essentielle pour assurer le développement durable et la prospérité à long terme de l'industrie vinicole canadienne.

Ce mémoire prébudgétaire comporte deux recommandations, visant toutes deux à favoriser la croissance de l'emploi et à renforcer la compétitivité des entreprises à travers le Canada :

1. Modifier la *Loi de 2001 sur l'accise* pour mettre en œuvre une exonération de la taxe d'accise à échelle mobile fondée sur le pourcentage de contenu agricole canadien des vins vendus au Canada.
2. Prévoir une enveloppe de 35 millions de dollars sur cinq ans pour appuyer un programme de développement du marché vinicole national canadien.

440, avenue Laurier ouest, bureau 200 Ottawa (Ontario) K1R 7X6

• Tél. : 613-782-2283 • Téléc. : 613-782-2239

• Courriel : info@canadianvintners.com • Site Web : www.canadianvintners.com

• Twitter : [@CVAwine](https://twitter.com/CVAwine) • Facebook : [/CVAwine](https://www.facebook.com/CVAwine)

INTRODUCTION

L'Association vinicole canadienne vous remercie de lui donner la possibilité d'exprimer ses points de vue devant le Comité permanent des finances de la Chambre des communes, dans le cadre du processus de consultations en prévision du budget de 2015. Alors que le Canada s'efforce de retrouver une position financière plus solide dans l'optique d'un retour à l'équilibre fiscal en 2015, il est opportun que le gouvernement fédéral envisage la possibilité de mettre en œuvre des mesures qui permettront à l'industrie vinicole canadienne de développer des marchés à travers le Canada et à l'étranger, de créer un environnement plus propice aux investissements dans le secteur privé et de renforcer les moteurs à long terme de l'emploi et la croissance économique.

INDUSTRIE VINICOLE CANADIENNE

L'industrie vinicole canadienne produit la totalité des vins canadiens (de la marque Vintners Quality Alliance (VQA) et d'appellation d'origine canadienne), ainsi que des vins de coupage canadiens (VCC). Les deux types de vin sont des moteurs économiques importants. Selon une récente étude nationale d'impact économique (2013), l'industrie vinicole canadienne contribue à hauteur de 6,8 milliards de dollars à l'économie canadienne l'ensemble des vins canadiens représentent une part de 3,69 milliards de dollars (tourisme compris) et les vins de coupage assemblés au Canada à partir de produits importés et nationaux, un autre 3,08 milliards de dollars. Cette étude, qui présente des données conservatrices, conclut que chaque bouteille de vin produit au Canada dégage en moyenne 31 \$ en répercussions économiques. Les répercussions économiques comprennent également des contributions aux recettes gouvernementales d'une valeur de plus de 1,2 milliard de dollars découlant du prélèvement de taxes et des marges de régies des alcools.

Les établissements vinicoles canadiens engrangent des revenus plus élevés que la plupart des produits agro-alimentaires, non seulement du foulage des raisins et de la production de vin, mais également grâce aux activités d'emballage, de mise en marché et de vente. De l'exploitation de vignobles et la culture du raisin à la vente finale, le vin est un processus très complexe qui fait appel à de nombreux fournisseurs, distributeurs et fournisseurs de services par le biais de la chaîne de valeur, multipliant ainsi les avantages économiques.

Compte tenu de ses liens étroits avec le tourisme, le commerce de détail, les bars et les restaurants qui procurent plus de 31 000 emplois, l'impact de notre industrie nationale s'étend bien au-delà des ventes directes et des emplois assurés par les 500 établissements vinicoles et 1 600 producteurs de raisin indépendants. L'infrastructure de l'industrie vinicole canadienne attire également plus de 3 millions de touristes visitant des établissements vinicoles canadiens chaque année, qui sont quatre fois plus nombreux que les visiteurs ayant assisté aux Jeux Olympiques de Vancouver.

LE DÉFI

Au cours de la dernière décennie, le nombre d'établissements vinicoles au Canada a triplé, notamment grâce à l'ouverture de plus d'une centaine d'établissements vinicoles au cours des derniers cinq ans seulement. La plupart des petites entreprises se spécialisent dans les vins de qualité supérieure et sont situées dans des régions particulières bénéficiant d'un climat favorable à la viticulture. Comme le vin devient une boisson de plus en plus prisée au Canada – il représente actuellement 32 % du marché des boissons alcoolisées, contre 18 % en 1995 – les investissements réalisés par l'industrie sont une réaction directe à l'intérêt croissant manifesté par les consommateurs pour le vin et le tourisme vinicole.

Néanmoins, les vins canadiens ne se taillent pas une part équitable du marché national, les ventes de l'industrie vinicole canadienne ne représentant que 31 % des ventes totales de vin, tandis que la concurrence étrangère absorbe 69 % de notre marché. Le Canada vit un phénomène inverse à celui de la plupart des pays producteurs de vin, qui ont conquis une solide part de leur marché national, telle que 68 % aux États-Unis, 80 % en Australie et 99 % en Afrique du Sud, en Argentine et au Chili. Même la Chine réalise 57 % de ses ventes de vin produit au pays sur le marché national.

Malgré des efforts déployés par le gouvernement fédéral par l'adoption du projet de loi C-311 autorisant l'importation interprovinciale de vin pour usage personnel, la plupart des provinces n'autorisent toujours pas ce réseau de ventes; les établissements vinicoles canadiens doivent, par conséquent, se reposer presque exclusivement sur les régions des alcools pour la vente au détail. Les régions des alcools provinciales et territoriales étudient régulièrement de nouveaux moyens de collaborer avec des groupes de l'industrie vinicole afin de trouver des fonds supplémentaires pour la mise en marché et la réalisation de campagnes intégrées, que l'industrie vinicole canadienne est actuellement dans l'incapacité d'appuyer. À cette fin, cette dernière n'est pas en mesure de tirer parti de son avantage du terrain, malgré la croissance du marché national du vin.

L'OCCASION

Selon la Rabobank, experte du marché viticole mondial, le Canada se classe en deuxième place des marchés les plus attrayants dans le monde pour la vente de vin, et la croissance de la consommation de vin canadien est trois fois plus rapide que la moyenne mondiale (VineExpo, 2013). Entre 1995 et 2013, la part de marché des ventes totales de vin a augmenté de 14 %, alors qu'elle a chuté de 10 % pour la bière et de 4 % pour les spiritueux. Il est impératif que l'industrie vinicole canadienne tire parti de ce débouché actuel, en particulier compte tenu de la part du lion occupée par les importations, à l'origine de 80 % de la croissance des ventes totales de vin au cours de la dernière décennie.

L'industrie vinicole canadienne a pour principal objectif d'accroître les ventes nationales de vin dans tous les réseaux de vente offerts d'un océan à l'autre. Avec de nouveaux débouchés, l'industrie vinicole canadienne élargira sa part de marché de plus de 31 %, avec un objectif cible de 50 %. Il s'agit d'un projet positif tant pour l'industrie vinicole canadienne que pour le Canada. D'après notre étude de l'économie, nous savons que chaque tranche de 1 million de dollars d'augmentation des ventes de vin canadien se traduira par une augmentation de 3,1 millions de dollars d'intrants bruts – revenus, taxes, emplois et salaires dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie vinicole – un investissement judicieux dans notre économie.

GAGNANTS CHEZ SOI

Le Canada est l'un des marchés de la vente au détail de vin connaissant la croissance la plus rapide au monde, la consommation de vin par habitant ayant augmenté de près de 40 % au cours des sept dernières années. Nous pouvons prendre de l'expansion tant dans le secteur des vins canadiens que des vins de coupage, ce qui portera l'impact économique national à 10 milliards de dollars au cours des cinq prochaines années contre 6,8 milliards actuellement. En se concentrant sur l'intégration des initiatives commerciales, touristiques et de mise en marché, on aidera l'industrie vinicole canadienne à tirer parti de l'intérêt croissant des consommateurs pour le vin, à soutenir les établissements vinicoles et les producteurs de raisin canadiens, ainsi que les exploitants d'entreprises touristiques, les restaurants et les autres intervenants de la chaîne de valeur. Tirant parti de l'accroissement de la part de marché et du soutien des consommateurs canadiens, les ventes à l'exportation augmenteront également par suite de la sensibilisation accrue à l'industrie vinicole florissante du Canada à l'échelle mondiale.

Pour atteindre ses objectifs, notre industrie a besoin d'une politique et de programmes de soutien, ainsi que d'un environnement fiscal équitable pour les raisins canadiens. Il est également fondamental de continuer à produire des vins de qualité supérieure, en investissant dans la valorisation des vins d'appellation d'origine canadienne, en faisant progresser le tourisme vinicole et en offrant une plus vaste gamme de vins canadiens sur les marchés nationaux. De par sa capacité à accroître la compétitivité, l'industrie vinicole canadienne sera bénéfique pour l'économie canadienne et appuiera le développement économique en milieu rural, ainsi que la création d'emplois à travers le pays.

Notre mémoire prébudgétaire comporte deux recommandations correspondant à notre gamme de produits – les vins canadiens à 100 % et les vins de coupage – qui visent à améliorer le régime fiscal, la compétitivité des entreprises canadiennes et le nombre et le type d'emplois pour les Canadiens.

1. Équité fiscale – Exonération de la taxe d'accise à échelle mobile sur le contenu canadien

Dans le budget 2006, le gouvernement a allégé le fardeau fiscal des entreprises vinicoles canadiennes en mettant en œuvre une exonération de l'accise sur tous les vins produits et vendus au Canada dont le contenu agricole est entièrement canadien. Cette mesure fiscale s'est révélée être une réussite à la lumière du nombre d'établissements vinicoles qui a doublé, passant de 235 en 2006 à plus de 500 aujourd'hui, tout en dégagant plus de 200 millions de dollars de recettes en accises qui sont réinvesties dans l'économie pour stimuler l'emploi et la croissance économique.

Bien que cette mesure fiscale soit une réussite, elle exclut un important segment de l'utilisation de raisins canadiens, qui a coûté approximativement 50 millions de dollars à l'industrie canadienne au cours des huit dernières années. À l'heure actuelle, les raisins servant à produire des vins canadiens à 100 % sont exonérés de l'accise, tandis que les mêmes raisins utilisés pour la fabrication de vins de coupage sont pleinement grevés d'un droit d'accise. À l'heure actuelle, 11 millions de litres de vin canadien sont produits à partir de 15 000 tonnes de raisins canadiens transformés en vin de coupage (VCC), ce qui produit 7 millions de dollars en droits d'accise.

Tout contenu canadien en raisin devrait être traité de façon identique et être exonéré du droit d'accise. La mise en œuvre d'une exonération de la taxe d'accise à échelle mobile fondée sur le contenu canadien en raisin, quel que soit le lieu de production, permettrait d'encourager l'investissement et de bâtir de solides assises pour la création d'emplois, tout en apportant un soutien juste et équitable à tous les types de raisins canadiens.

Une modification de la *Loi sur l'accise* pour mettre en œuvre une exonération de la taxe d'accise à échelle mobile coûtera 7 millions de dollars par an. Au bout de cinq ans, en se fondant sur une croissance annuelle des produits de la vente de vin VCC de 4 %, cette mesure se traduira par une stimulation de la demande de nouveaux raisins à hauteur de 8 000 tonnes, conjuguée à 50 millions de dollars de recettes fiscales fédérales, 655 millions de dollars de contribution à l'économie canadienne et à la création de 2 300 emplois. L'avantage tiré de l'accise sera réinvesti par les producteurs de vin de coupage (VCC) dans l'achat de raisins, l'innovation de produits, des investissements dans la mise en marché des vins VQA et VCC, l'investissement en capital dans les nouvelles technologies, l'infrastructure, etc.

Recommandation n° 1

L'AVC recommande au gouvernement fédéral de modifier la Loi de 2001 sur l'accise pour mettre en œuvre une exonération de la taxe d'accise à échelle mobile fondée sur le pourcentage de contenu agricole canadien dans les vins vendus au Canada.

2. Promotion et développement des marchés du vin canadien

Le Canada est un marché très attrayant pour la vente de vin, tous les pays producteurs de vin cherchant des débouchés pour accéder au réseau canadien de ventes au détail. Nos concurrents des importations peuvent bénéficier de généreuses aides gouvernementales, d'importantes subventions sur les vins étrangers, ainsi que de réductions tarifaires grâce à un nombre croissant d'accords commerciaux bilatéraux (p. ex. ALENA, Chili, États-Unis, Partenariat transpacifique), ce qui est manifeste dans les ventes élevées de vins importés au Canada. Ces avantages commerciaux et de mise en marché pour les importations doivent être compensés par de plus importants débouchés nationaux afin d'aider l'industrie vinicole canadienne à prendre de l'expansion et à prospérer. Il est inacceptable que les vins canadiens à 100 % aient 10 % de part de marché au Canada, et que les vins VQA représentent une part de marché de 4 % dans 10 des 13 provinces et territoires.

En 2013, pour la première fois en plus de dix ans, le Programme AgriMarketing (PAM) a prévu l'affectation d'une portion restreinte de son financement à l'exportation à la promotion nationale. Ces fonds ont permis à l'Association d'établir une stratégie nationale du développement des marchés nationaux et de développer une marque de vin d'appellation d'origine canadienne, provenant de toutes les régions viticoles du Canada. Pour mettre en œuvre cette stratégie, l'industrie vinicole canadienne a maintenant besoin de fonds fédéraux pour être en mesure de :

- renforcer la sensibilisation auprès des consommateurs à la qualité, la diversité et la valeur du vin canadien;
- accroître la demande de vin canadien dans les magasins de détail et les restaurants;
- célébrer le vin canadien à travers le pays, notamment à l'occasion du 150^e anniversaire du Canada en 2017 et du lancement d'un mois du vin au Canada;
- promouvoir les vins régionaux et le système de vins de marque VQA;
- accroître le nombre de touristes dans les régions viticoles du Canada;
- accroître la part de marché en termes de ventes annuelles;
- positionner l'industrie de façon qu'elle soit mieux équipée pour faire face à la concurrence à l'échelle internationale.

Avec l'aide fédérale pour la mise sur pied d'un programme de développement du marché national des vins canadiens, à hauteur de 35 millions de dollars sur cinq ans, nous estimons être en mesure de viser une croissance du produit des ventes annuelles de vins canadiens à 100 % de 11 %. Cela se traduira par une stimulation de la demande de nouveaux raisins à hauteur de 34 000 tonnes, des recettes fiscales directes fédérales de 119 millions de dollars, des répercussions économiques de quelque 2,58 milliards de dollars sur l'économie canadienne et un soutien à la création

de 14 500 emplois. Au bout de cinq ans, le programme fera l'objet d'une évaluation d'impact.

Recommandation n° 2

L'AVC recommande au gouvernement fédéral de prévoir une enveloppe de 35 millions de dollars sur cinq ans pour appuyer un programme de développement des marchés nationaux du vin canadien.