



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de la santé

HESA • NUMÉRO 025 • 1^{re} SESSION • 38^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 9 mars 2005

—
Présidente

Mme Bonnie Brown

Toutes les publications parlementaires sont disponibles sur le
réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca>

Comité permanent de la santé

Le mercredi 9 mars 2005

• (1535)

[Traduction]

La présidente (Mme Bonnie Brown (Oakville, Lib.)): C'est avec plaisir que je vous souhaite la bienvenue à la 25^e séance du Comité permanent de la santé. La séance est consacrée à l'étude du projet de loi C-206, Loi modifiant la Loi sur les aliments et drogues (étiquettes de mise en garde au sujet de la consommation de boissons alcooliques).

Avant de débiter, je souhaiterais vous signaler la présence de visiteurs très distingués qui observeront le déroulement de notre séance. Nous accueillons la délégation de la République de Tchouvachie, composée de M. Sergei Gaplikov, premier ministre et président du Cabinet, de Mme Nina Souslonova, ministre de la Santé...

Des voix: Bravo!

La présidente: ..., et de M. Peter Krasnov, chef de l'Administration présidentielle et ministre de la Culture.

Des voix: Bravo!

La présidente: Nos invités font partie du groupe qui est venu pour observer notre séance d'aujourd'hui dans le cadre d'une étude ministérielle sur la restructuration de la santé dans la République de Tchouvachie.

Au nom de tous les membres du comité et de nos témoins, je tiens à souhaiter la bienvenue à nos amis de l'étranger.

Revenons maintenant à l'ordre de renvoi dont nous sommes saisis. Nous accueillons également plusieurs témoins. Le premier groupe appartient à l'Association des distillateurs canadiens. Il s'agit de M. Jan Westcott, président et directeur général, et de M. C.J. Hélie, vice-président exécutif.

Monsieur Westcott, je vous cède la parole, si vous le voulez bien.

M. Jan Westcott (président et directeur général, Association des distillateurs canadiens): Merci beaucoup, madame la présidente.

Au nom de l'industrie canadienne des spiritueux, je vous suis reconnaissant de nous donner l'occasion de commenter le projet de loi C-206, Loi modifiant la Loi sur les aliments et drogues.

Bon nombre de consommateurs adultes de partout au pays et dans le monde entier prennent plaisir à savourer les spiritueux. En outre, la vente de ces produits engendre des revenus considérables pour les gouvernements provinciaux, les agriculteurs, les grandes, petites et moyennes entreprises, l'industrie de l'accueil au sens plus étendu et, évidemment, le gouvernement fédéral.

Quoique l'aspect économique de la question soit important, le fait que l'industrie se soit depuis longtemps engagée à favoriser la consommation responsable et modérée de nos produits l'est tout autant. L'industrie travaille de concert avec les chefs de file de leurs domaines respectifs afin d'informer les consommateurs tant du

potentiel salutaire que des risques éventuels du choix de consommer de l'alcool. La question dont est saisi le comité aujourd'hui, les étiquettes de mise en garde obligatoire pour les produits d'alcool de bouche vendus au Canada, est extrêmement complexe et comporte une charge émotive grave.

Commençons par récapituler ce que l'on sait de la consommation et de l'abus d'alcool. Nous savons que plus de 80 p. 100 des Canadiens adultes consomment au moins un verre de bière, de vin ou de spiritueux de temps à autre. Nous savons que la grande majorité de ceux-ci le font de manière modérée et responsable. Nous savons aussi que la consommation modérée d'alcool peut avoir des effets salutaires positifs sur un grand nombre d'entre nous. Nous savons cependant que l'on peut abuser de l'alcool ou boire de manière irresponsable, qu'il s'agisse de conduite en état d'ébriété ou de consommation pendant la grossesse.

Le Canada a fait d'énormes progrès en vue d'éliminer la conduite en état d'ébriété de nos routes et autoroutes. Nous avons pu témoigner nous-mêmes d'une révolution sociale d'ordre incomparable. Selon le Conseil canadien de la sécurité, les contrôles policiers pendant les fêtes de fin d'année ont permis de conclure que moins de 1 p. 100 de tous les conducteurs avaient un taux d'alcoolémie de 0,05 ou plus. Statistique Canada a constaté une réduction de plus de 65 p. 100 des accusations criminelles de conduite en état d'ébriété entre 1981 et 2003. La Fondation de recherches sur les blessures de la route du Canada estime que 86 p. 100 des cas de conduite en état d'ébriété sont imputables à seulement 3 p. 100 des conducteurs. Ces deux dernières décennies, nous avons donc assisté en fait à d'énormes progrès chez la majorité, qui agit avec responsabilité sociale.

Aujourd'hui, le principal problème demeure les conducteurs en état d'ébriété dits endurcis, qui récidivent malgré de nombreuses condamnations. Les experts sont convaincus que cette minorité de conducteurs très dangereux, incorrigibles et récalcitrants est insensible aux mesures de sensibilisation et nécessite plutôt une intervention plus directe.

Abordons le deuxième problème : la tragédie qu'on appelle généralement le syndrome d'alcoolisme foetal ou SAF. Les études de Santé Canada signalent une prise de conscience très grande au sujet du SAF, tant chez les hommes que chez les femmes. Bien qu'il n'existe aucune preuve d'un niveau de consommation sûr pendant la grossesse, les chercheurs Hankin et Sokol ont constaté qu'environ 3 à 4 p. 100 des femmes consomment de l'alcool en quantités suffisantes pour mettre leur grossesse à risque par rapport au SAF ou aux EAF. Nous savons également que la majorité des patients diagnostiqués sont nés de mères qui ont des épisodes de consommation excessive d'alcool et font souvent abus du tabac ou de drogues illicites.

Plus de 50 p. 100 des grossesses en Amérique du Nord sont imprévues. De nombreuses mères d'enfants souffrant du SAF ont par la suite d'autres enfants aux prises avec ce même syndrome. Les mères biologiques d'enfants souffrant du SAF sont surreprésentées dans les groupes ayant les caractéristiques suivantes : faible revenu, analphabétisme élevé, toxicomanies multiples, familles monoparentales, relations de violence, maladies mentales et appartenance aux Premières nations. Nous croyons encore une fois que les étiquettes de mise en garde n'auront en toute vraisemblance aucun effet mesurable sur les femmes les plus à risque.

Sur le plan pratique, il convient de déterminer si de telles étiquettes de mise en garde sont techniquement réalisables. Elles le sont effectivement. L'industrie des boissons alcoolisées exportent l'équivalent de près de un milliard de dollars vers plus de 150 pays, dont environ une douzaine, soit près de 10 p. 100 exigent une forme quelconque d'étiquette de mise en garde pour la santé.

Reposant sur plus de 15 ans d'expérience pratique directe avec des étiquettes de ce genre aux États-Unis, les preuves sont faites. Les diverses études ont conclu que l'apposition d'étiquettes de mise en garde n'a aucun effet positif mesurable sur les habitudes de consommation. Selon certains, ces étiquettes peuvent accorder une certaine protection supplémentaire contre les poursuites judiciaires frivoles, ce qui représente des économies considérables dans un système de justice déjà surchargé.

Nous ne sommes pas avocats en droit commercial, mais de nombreux collègues à l'échelle internationale ont soulevé des questions concernant le projet de loi par rapport aux obligations du Canada en matière de commerce international, notamment en vertu de l'Accord de l'OMC sur les obstacles techniques au commerce. Si le comité et le Parlement décidaient, dans leur sagesse, de mettre en oeuvre l'ajout de renseignements obligatoires sur l'étiquette, il nous semblerait des plus évidents qu'il faudrait un message pertinent.

J'entends par là qu'un message obligatoire devrait tenir compte tant des risques d'abus que des bienfaits liés à une consommation responsable. Il faut donner tous les renseignements nécessaires si nous voulons que les consommateurs et les citoyens soient en mesure de prendre des décisions éclairées. Il faut également faire preuve de prudence afin de ne pas diaboliser les produits d'alcool de bouche ni les 18 millions de Canadiens adultes qui consomment nos produits avec responsabilité et modération. Ce serait leur rendre un bien mauvais service, et cela nuirait à la crédibilité de cette initiative auprès de ces mêmes Canadiens.

D'innombrables détails très techniques doivent être examinés avant que le concept du projet de loi ne puisse être mis en oeuvre dans le cadre d'une loi et d'un règlement appliqués. Il faut se pencher notamment sur les détails suivants : le libellé d'un message tenant compte de tous les aspects; l'attribution convenable du message; la souplesse quant à sa place; la mise en oeuvre graduelle du processus; l'examen des rétroactions de nos principaux partenaires commerciaux internationaux; enfin, la réévaluation de la nécessité de ces étiquettes à mesure que la société canadienne évolue et se développe.

Si le présent projet de loi devait être adopté, l'industrie des spiritueux se réjouirait d'avoir l'occasion de collaborer avec les fonctionnaires de Santé Canada afin d'examiner ces questions primordiales de mise en oeuvre.

Je vous remercie de votre attention.

• (1540)

La présidente: Merci, monsieur Westcott.

Je cède maintenant la parole à l'Association des brasseurs du Canada qui est aujourd'hui représentée ici par M. Howard Collins, président; par M. John Sleeman, président et chef de la direction de Sleeman Breweries Limited; enfin, par Mme Teresa Cascioli, présidente et chef de la direction de Lakeport Beverage Corporation. J'ignore qui fera la déclaration préliminaire, mais je vous cède la parole.

M. John Sleeman (président et chef de la direction, Sleeman Breweries Limited, Association des brasseurs du Canada): Merci, madame la présidente ainsi que mesdames et messieurs les membres du comité de nous donner l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui.

Je m'appelle John Sleeman et je suis président et chef de la direction de Sleeman Breweries Limited. Je suis membre de l'Association des brasseurs du Canada depuis que j'ai ouvert ma première brasserie à Guelph, en 1987.

Je voudrais également profiter de l'occasion pour vous remercier, madame Brown ainsi que les autres membres du comité, de votre compréhension lorsque j'ai dû changer ma date de comparution la semaine dernière.

Comme vous l'avez signalé, je suis accompagné aujourd'hui de M. Howard Collins, vice-président exécutif de l'Association des brasseurs du Canada; de Mme Teresa Cascioli, qui est présidente et chef de la direction de Lakeport Beverage Corporation et qui représente les micro-brasseries de l'Ontario et du Canada Atlantique; de Mme Laura Urtnowski, porte-parole des micro-brasseries du Québec.

L'Association des brasseurs du Canada représente 16 entreprises, grandes et petites, qui possèdent des installations dans l'ensemble du pays. Les ventes de ces entreprises équivalent à plus de 97 p. 100 de l'ensemble de celles au Canada.

Il y a neuf ans, j'ai comparu devant le comité pour examiner les étiquettes de mise en garde. Le seul nouvel aspect à cet égard, c'est que nous avons accru nos programmes sur des thèmes comme le trouble du spectre de l'alcoolisation foetale ou TSAF.

Un des rôles clés joués par l'Association consiste à modifier, à gérer et à coordonner les programmes et les activités visant à promouvoir la consommation responsable de la bière. L'Association et ses membres offrent volontairement d'importantes ressources financières et autres afin de réduire la consommation excessive d'alcool, mettant en oeuvre des programmes d'information qui favorisent activement la modification des attitudes et des comportements sociétaux. Ces deux dernières décennies, la valeur des programmes des membres et de l'Association s'est chiffrée à plus de 120 millions de dollars.

Nos programmes comportent des volets multiples et reposent sur des données scientifiques. Nous mettons l'accent sur des programmes spéciaux en collaborant avec des experts en médecine, en santé et en sécurité routière ainsi qu'avec des cliniciens, des universitaires et des jeunes. Nous avons consulté ces professionnels au sujet des objectifs, des priorités et de l'efficacité de tous nos programmes. Les principaux groupes ciblés sont les jeunes, les femmes en âge de procréer et les conducteurs. Notre mémoire vous donnera une idée de la portée et de l'orientation de nos activités. Nous avons pu ainsi acquérir beaucoup d'expérience et de compétences sur la façon de communiquer avec les consommateurs à risque et de les influencer.

Nous comparaissons pour vous faire part de nos observations sur le projet de loi C-206. Je vous dirai d'emblée que les membres de l'ABC et moi comprenons bien les motifs qui ont amené M. Szabo à réclamer l'adoption d'une mesure législative sur les étiquettes de mise en garde au cours des dernières années. Tout comme lui, nous voulons réduire la consommation excessive d'alcool. Cependant, les recherches signalent que ces étiquettes n'exercent aucune influence sur les comportements et, au Canada du moins, presque tous sont au courant des risques dont ferait état la mise en garde. Les Canadiens en général boivent de l'alcool d'une façon responsable. Examinons donc le projet de loi et les objectifs qu'ils proposent.

Les conducteurs constituent l'un des groupes visés. Ces deux dernières décennies, les programmes mis en oeuvre conjointement par les gouvernements, les autorités policières, les groupes d'intérêt et l'industrie brassicole ont entraîné une diminution de 65 p. 100 du nombre d'accusations de conduite avec facultés affaiblies au Canada. Pour réaliser des objectifs supérieurs afin de viser ceux qui conduisent encore après avoir consommé de l'alcool, il faut intervenir de façon beaucoup plus énergique et novatrice. Il s'agit surtout de récidivistes qui sont, de toute évidence, au courant des risques mais qui sont incapables de modifier leur comportement. Une étiquette n'exercerait aucune influence sur eux. Selon nos recherches et celles des autres, la presque totalité des adultes ou des jeunes en âge de conduire sont au courant qu'il n'est pas acceptable socialement de conduire après avoir consommé de l'alcool et, surtout, que la conduite avec facultés affaiblies entraîne des sanctions administratives et des pénalités imposées par la loi.

Les femmes enceintes ou celles qui songent à le devenir constituent le deuxième groupe visé par le projet de loi. Selon les experts, les principaux facteurs de risque associés à la naissance d'un enfant aux prises avec le TSAF sont la consommation excessive d'alcool parallèlement à d'autres problèmes liés au mode de vie et à la santé, comme la malnutrition et la consommation de drogues. Une étiquette ne sensibiliserait pas davantage les gens à de tels risques. D'après les enquêtes, la sensibilisation à cet égard demeure grande. Selon de nouvelles recherches, 99 p. 100 des Canadiennes en âge de procréer sont conscientes qu'il est opportun de s'abstenir de consommer pendant la grossesse. Les experts indiquent qu'il est difficile de sensibiliser les autres, à cause des problèmes résultant de l'analphabétisme, de la barrière des langues et de la situation socio-économique.

● (1545)

Le troisième groupe ciblé est la population en général, à laquelle ont dit qu'il peut être dangereux de boire. Ce message est de toute évidence erroné. Il serait irresponsable de modifier la Loi sur les aliments et drogues pour y préciser que la consommation d'alcool est nocive, étant donné les preuves montrant le contraire. D'innombrables études confirment qu'une consommation d'alcool responsable réduit considérablement le risque de coronaropathie et de mortalité. Selon certaines études, ce risque peut même être réduit du tiers. L'industrie brassicole prend au sérieux son rôle dans la promotion d'une consommation responsable de ses produits.

Je voudrais demander à Howard Collins de décrire certaines de nos initiatives, particulièrement à l'égard du TSAF.

M. Howard Collins (président, Association des brasseurs du Canada): Merci, John.

Le mémoire et la documentation que les membres du comité ont reçus décrivent la gamme des programmes de l'Association des brasseurs du Canada. Je vous donnerai donc les faits saillants de seulement quelques-uns d'entre eux. Nous vous ferons livrer cette

masse de documentation à vos bureaux. Ainsi, vous ne serez pas obligés de la transporter.

L'un de nos principaux programmes sur le syndrome d'alcoolisme foetal est la ligne secours nationale sur la consommation abusive d'alcool et d'autres drogues que nous finançons par l'intermédiaire du Hospital for Sick Children de Toronto. Il s'agit d'un service bilingue qui offre des conseils médicaux aux femmes, à leurs familles et aux prestataires de soins de santé. Ce service reçoit environ 30 000 appels téléphoniques par année.

Il y a cinq ans, nous avons accepté de financer la conférence annuelle du groupe Fetal Alcohol Canadian Expertise. Celle-ci s'est tenue dans quatre des provinces de l'Ouest. Elle se déroulera également dans toutes les autres provinces. À ses tout débuts, elle regroupait 30 personnes. L'année dernière, nous avons accueilli à Saskatoon 220 chercheurs, praticiens et membres des groupes sur le SAF, ainsi que des représentants des organismes locaux et des organisations non gouvernementales. Ces participants ont ainsi eu l'occasion d'examiner les plus récents résultats sur le SAF, les pratiques exemplaires et les solutions à ce problème. Ils ont pu obtenir l'information qu'ils pourront mettre à profit dans leurs activités quotidiennes.

Nous sommes également le partenaire fondateur du centre de documentation sur le SAF au Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies. L'an passé, nous avons accepté de financer un service de consultation en direct pour le compte de cet organisme fédéral.

Cibler les jeunes Canadiens constitue également une priorité. Dix collèges et universités du pays font l'essai d'une approche basée sur les normes sociales pour modifier les comportements. Ils peuvent compter pour ce faire sur le financement offert par les brasseurs canadiens sous la forme d'une subvention triennale de un million de dollars. Ce projet est exécuté par Student Life Education. Nous n'orientons nullement ces recherches, qui sont effectuées en toute indépendance.

Selon nous, ces programmes, qui s'adressent aux personnes les plus à risque, offrent le meilleur gage de succès. Je le répète, notre documentation porte sur un grand nombre de programmes. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

M. John Sleeman: À titre de brasseur, j'appuie ces activités de l'Association. Je sais que nous examinons, à intervalles réguliers, le travail accompli afin d'essayer de trouver de nouvelles solutions efficaces et concrètes.

L'été dernier, l'Association a notamment commencé à envisager la possibilité de créer une fondation qui pourrait mettre à contribution les gouvernements fédéral et provinciaux, l'objectif étant d'appuyer les groupes communautaires qui s'occupent du TSAF. La réaction manifestée par certains gouvernements provinciaux de l'Ouest nous encourage. Nous croyons que de telles interventions, de concert avec d'autres initiatives, sont plus pertinentes que la solution réglementaire découlant de ce projet de loi. Nous sommes toujours disposés à explorer avec le gouvernement ou d'autres groupes ce projet de fondation ou toute autre initiative susceptible d'être fructueuse.

Vous me permettez d'aborder les conséquences d'imposer une telle mesure législative. Le gouvernement devra engager des ressources supplémentaires pour assurer l'application de la loi et la conformité à celle-ci, sinon l'objectif principal de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, en l'occurrence la sécurité alimentaire, sera compromis. Vous ne devez pas oublier qu'une telle mesure législative ne se répercuterait pas uniquement sur les producteurs canadiens de boissons alcoolisées. Selon les derniers chiffres, plus de 800 marques de bière étrangères sont vendues au Canada. L'expérience que nous avons acquise dans le domaine nous amène à croire qu'une telle mesure législative pourrait bien être contestée au motif qu'elle serait en conflit avec nos obligations en matière de commerce international et nos autres obligations juridiques.

Il y aurait également des répercussions sur les brasseurs. Comme je l'ai signalé, l'industrie regroupe de petites et de grandes entreprises. La taille de l'étiquette et les exigences en matière de bilinguisme entraîneraient un coût annuel supplémentaire d'environ 10 millions de dollars, uniquement pour l'industrie brassicole canadienne. Chez Sleeman, nous estimons que les immobilisations nécessiteraient 4,6 millions de dollars et que les frais courants annuels s'élèveraient à un million de dollars. Le problème sera encore plus épineux pour les micro-brasseries. Je demanderai à Mme Cascioli de vous décrire certains des problèmes auxquels elles font face.

• (1550)

Mme Teresa Cascioli (présidente et chef de la direction, Lakeport Beverage Corporation, Association des brasseurs du Canada): Merci, John.

Bonjour. Je m'appelle Teresa Cascioli. Je suis présidente et chef de la direction de Lakeport Brewing Corporation, la plus importante brasserie privée de l'Ontario. Je vous signale que, même si je vante la taille de mon entreprise, celle-ci est modeste par rapport à ses concurrentes nationales et internationales. En fait, j'ai aussi le privilège de représenter les micro-brasseries ontariennes au conseil d'administration de l'Association des brasseurs du Canada.

Il y a cinq ans, j'ai fait l'acquisition d'une entreprise sous la protection de la loi sur les faillites. Aujourd'hui, mon entreprise est le troisième fournisseur de bière aux particuliers ontariens. Sa rentabilité s'explique par nos stratégies de prix et notre marketing au niveau local. Il faudrait signaler que la rentabilité des micro-brasseries est très aléatoire. Les nouvelles mesures proposées par le gouvernement, notamment le présent projet de loi, pourraient défaire à peu près tout ce que j'ai construit au cours des cinq dernières années au sein de mon entreprise.

Lakeport, dont le siège social se trouve à Hamilton en Ontario, emploie environ 200 personnes, dont la majorité sont membres de Teamster's Canada. Notre brasserie offre 10 marques du fabricant qui correspondent aux divers goûts des consommateurs de bière. Comme presque toutes les micro-brasseries canadiennes, nos recettes proviennent des nos ventes sur le marché intérieur. Nous n'exportons pas aux États-Unis ni ailleurs. Les étiquettes de mise en garde seraient une nouveauté.

Je crois qu'il est important d'examiner les problèmes découlant du syndrome d'alcoolisme foetal. Comme femme et entrepreneure, je pense que la mesure législative proposée ne s'attaque à aucun de ces problèmes. En quoi les petits caractères sur l'étiquette feront-ils davantage prendre conscience aux femmes enceintes de la gravité de ce problème? Ce sera tout à fait inutile. En fait, je suis d'avis qu'ajouter de petits caractères sur une étiquette n'est qu'un moyen

utilisé par les politiques pour montrer qu'ils ont pris les mesures à l'égard de cette question et pour s'en laver les mains. Si vous avez à coeur le SAF, vous devez, à titre de députés, vous attaquer au coeur du problème au lieu de simplement pénaliser les micro-brasseries comme Lakeport, en croyant qu'une telle stratégie ne peut leur être préjudiciable. Pourtant, je vous dirai qu'elle peut être préjudiciable et qu'elle le sera.

Lakeport et de nombreuses autres micro-brasseries devront dépenser environ 2 millions de dollars pour acheter et apposer une contre-étiquette. Rares sont celles qui utilisent une contre-étiquette. De plus, cette contre-étiquette fera augmenter le coût d'une caisse de bière d'environ 0,45 \$. Comme nos prix sont établis en fonction de la valeur du produit, ce n'est pas le consommateur qui assumera ce coût supplémentaire de 0,45 \$. Les marges de profit sont déjà peu élevées. Même si la mise en garde devait être inscrite en petits caractères sur les étiquettes déjà apposées, chaque brasseur devrait modifier le graphique de son étiquette, ce qui coûterait environ 22 000 \$ par marque. Il faudrait également engager des frais pour éliminer les stocks d'étiquettes inutilisables.

La croisade menée par Paul Szabo a suscité un grand intérêt ces derniers temps. Je le félicite de sa ténacité et de son désir de régler ce problème très important. Cependant, nous ne devons pas tomber dans le piège qui consiste à appuyer ce projet de loi simplement parce que nous voulons soutenir la croisade d'un député animé de bonnes intentions. Le projet de loi ne permettra nullement de nous attaquer au problème du SAF. Dans une plus grande mesure, il causera du tort aux micro-brasseries comme Lakeport.

Des emplois sont en jeu en Ontario. Les moteurs économiques qui alimentent cette province seront menacés. Les micro-brasseries n'ont pas les moyens d'investir de l'argent dans des projets qui ne régleront nullement les problèmes.

Aux États-Unis, la structure fiscale pour les brasseurs n'est pas la même que celle que nous avons en Ontario. La fixation des prix de la bière n'est pas la même aux États-Unis qu'en Ontario. Comme nous établissons le prix en fonction de la valeur, notre plus grande frustration ne sera pas le coût que Lakeport devra assumer, mais le fait que, en contrepartie des millions de dollars engagés, je ne pourrai nullement aider à prévenir le SAF en Ontario.

Nous voulons collaborer avec le gouvernement en vue de trouver la solution pertinente au problème du SAF.

Je vous remercie de votre attention.

• (1555)

M. John Sleeman: Notre mémoire aborde exhaustivement l'ampleur et la portée de nos activités visant à encourager une consommation responsable et à donner aux experts les outils dont ils ont besoin pour aider les personnes les plus à risque. Nous faisons valoir qu'il serait malheureux que le gouvernement fédéral décide que les étiquettes de mise en garde constituent la solution que devrait adopter l'industrie pour cibler la population à risque, compte tenu particulièrement du fait qu'on n'a pas prouvé l'efficacité de ces mesures.

Santé Canada vient à peine de lancer un processus de consultations sur l'élaboration d'une politique nationale relative à l'alcool. Des réunions ont lieu dans l'ensemble du pays et regroupent les divers intervenants, l'objectif étant de décrire clairement les problèmes actuels, les programmes mis en oeuvre et les pratiques exemplaires pour s'attaquer à ces problèmes. Ce projet de loi annule ces consultations et nuit à ce processus.

Je ne parviens pas à comprendre pourquoi il faut agir immédiatement sans attendre le résultat de ces consultations. Habituellement, les exigences en matière d'étiquetage des aliments et drogues sont précisées dans des règlements et non dans des lois. Privilégier le cadre réglementaire au cadre législatif offre au gouvernement et aux intervenants une meilleure souplesse pour donner suite aux considérations d'ordre technique en matière de transition et de choix du moment opportun.

En conclusion, les brasseurs veulent tous réduire la consommation excessive d'alcool. Nous nous efforçons de promouvoir activement l'adoption de comportements responsables dans le cadre de programmes spécifiques et d'une collaboration avec d'autres groupes comme Motherisk. Nous sommes à la recherche d'occasions d'investir dans des initiatives susceptibles d'offrir un espoir de faire bouger les choses.

Nous ne croyons pas que les étiquettes de mise en garde modifieront les attitudes ou les comportements. Par conséquent, les brasseurs demandent que le projet de loi ne soit pas adopté et que le gouvernement cherche des moyens plus efficaces de réduire la consommation excessive d'alcool, en consultation avec tous les intervenants.

Je vous remercie de votre attention.

La présidente: Merci, monsieur Sleeman, monsieur Collins et madame Cascioli.

Notre prochain groupe de témoins est l'Association des micro-brasseries du Québec, représentée par son président, Laura Urtnowski, et par le président de la Micro-brasserie Charlevoix, M. Frédéric Tremblay.

Madame Urtnowski.

[Français]

Mme Laura Urtnowski (présidente, Association des micro-brasseries du Québec): Je voudrais tout d'abord remercier le comité de nous entendre aujourd'hui et de nous donner la possibilité de nous exprimer.

Je m'appelle Laura Urtnowski et je suis présidente des Brasseurs du Nord, une micro-brasserie située à Blainville. J'ai lancé cette brasserie avec mon conjoint il y a 17 ans, et nous sommes maintenant la deuxième micro-brasserie en importance au Québec. Je suis aussi présidente de l'Association des micro-brasseries du Québec.

M. Frédéric Tremblay (président, Micro-brasserie Charlevoix, Association des micro-brasseries du Québec): Bonjour. Je m'appelle Frédéric Tremblay et je suis président de la Micro-brasserie Charlevoix.

En 1998, mon épouse et moi avons quitté Montréal. J'ai laissé une carrière d'ingénieur pour démarrer une petite micro-brasserie dans un village de 5 000 habitants qui s'appelle Baie-Saint-Paul. J'ai fait cela par amour de la bière et aussi par conviction que celle-ci avait sa place dans la gastronomie et n'était pas seulement un breuvage dont on pouvait faire une mauvaise utilisation.

Je voudrais féliciter M. Szabo pour son combat contre l'abus d'alcool. C'est vraiment une chose qui nous préoccupe, qui nous tient à coeur et dans laquelle on investit beaucoup de temps et d'argent dans les micro-brasseries du Québec. On en a discuté un peu avec M. Szabo quand on a eu la chance de lui parler il y a quelques semaines. C'est un combat qui nous tient à coeur. Par contre, la méthode qu'il a choisi d'utiliser, celle des étiquettes, n'en est pas une que nous jugeons positive.

• (1600)

Mme Laura Urtnowski: Comme l'ont souligné les intervenants qui nous ont précédés, nous croyons que les étiquettes de mise en garde sont inefficaces et que les ressources peuvent être bien mieux utilisées ailleurs. De plus, plusieurs études démontrent qu'une consommation modérée d'alcool peut même être bénéfique pour la santé. Je laisse à d'autres le soin de faire le point là-dessus.

Je voudrais plus particulièrement vous entretenir des effets de l'adoption de cette loi sur les micro-brasseries. Avant la fin des années 1980, les consommateurs n'avaient accès qu'à des bières industrielles ayant un goût plutôt standard. Ces bières sont de type « à boire ». Depuis la naissance des micro-brasseries, les consommateurs peuvent découvrir des bières différentes, des produits distinctifs qui se démarquent par leur goût et qui sont créés à partir d'ingrédients naturels de première qualité: ce sont des bières de dégustation.

Les micro-brasseries doivent continuellement faire des efforts gigantesques afin d'éduquer le public sur les différents styles de bières, les ingrédients, l'art du brassage et de la dégustation. Cet effort d'éducation va certes dans le sens du slogan utilisé par une de nos micro-brasseries: Boire Moins, Boire Mieux. Aujourd'hui, la micro-brasserie, tout comme la fromagerie, l'élevage spécialisé, la boulangerie, la chocolaterie, la charcuterie fine et d'autres domaines, est une partie du produit personnalisé du Québec. Nous faisons partie d'une confrérie de producteurs d'aliments de qualité en plus d'être des créateurs d'emplois.

L'étiquetage dont on parle créerait une image négative, comme dans le cas de la cigarette, et donnerait l'impression que la bière est un produit dangereux pour la santé, alors que nous nous efforçons de redonner à notre produit la noblesse qui contribue à définir notre identité et notre culture.

M. Frédéric Tremblay: Concrètement, voici ce que cela signifie pour des brasseries de l'envergure des nôtres. Laura et moi-même possédons deux brasseries de tailles différentes, la mienne étant la plus petite. Nous faisons actuellement notre étiquetage à la main. Nous recevons des étiquettes en rouleaux, et mon épouse, qui a un oeil de lynx, les appose elle-même sur les bouteilles. Bien sûr, nous aimerions bien qu'elle soit remplacée par une machine puisque, malgré son oeil de lynx, elle a sûrement des choses plus intéressantes à faire. Cependant, nous n'avons pas assez d'argent pour acheter une étiqueteuse, étant donné le volume de bière que nous produisons, et nous n'avons pas l'espace requis. Dans une petite usine comme la nôtre, l'espace au pied carré est très, très cher. Sur nos étiquettes, nous décrivons un peu notre produit, ce qui nous aide à le faire connaître et qui aide aussi le consommateur à choisir le produit qu'il désire boire.

Certaines brasseries comme Boréal apposent une contre-étiquette. Comme nous, ces brasseries doivent distinguer leur produit de tous les autres qu'il y a dans les épiceries et dépanneurs. On veut que nous changions le message que nous mettons sur nos bouteilles. Habituellement, nous encourageons les gens à boire avec modération. Nous ne leur disons pas directement de faire attention et de ne pas consommer. Nous leur conseillons plutôt de prendre notre produit avec tel ou tel repas, etc. Nous le présentons comme un produit qu'on boit sagement.

Nous avons ici un petit exemple d'étiquette modifiée, où les très petits caractères viendraient remplacer carrément l'étiquette des Brasseurs du Nord. Je peux vous montrer de quoi cela aura l'air sur notre bouteille. Actuellement, on n'a même pas la machinerie pour le faire. Cela donnerait une étiquette d'une taille comparable à celle de l'étiquette que nous avons déjà. Cela donnerait beaucoup plus de travail manuel à ma conjointe, qui en fait déjà beaucoup. Bien sûr, nous aimerions avoir une étiqueteuse. Nous avons déjà obtenu une soumission, que vous allez retrouver dans les dossiers. Pour une brasserie de l'envergure de Boréal, on parle de 300 000 \$. Pour une brasserie de l'envergure de la mienne, ce serait 35 000 \$ ou 40 000 \$. La semaine dernière, après huit ans, nous avons acheté notre première camionnette de livraison, qui est usagée et qui nous a coûté 20 000 \$, ce qui donne un peu de répit à ma Toyota Echo. Cela vous donne une idée de l'envergure des dépenses de nos industries. Nous avons dû attendre huit ans avant d'acheter un véhicule de livraison, et on parle maintenant d'une étiqueteuse qui nous coûterait 30 000 \$, alors que nous produisons 500 hectolitres de bière par année.

• (1605)

Mme Laura Urtnowski: Le domaine des boissons alcoolisées est déjà extrêmement réglementé. Nos entreprises doivent se plier à des normes et à des conditions conçues pour les grandes entreprises auxquelles nous faisons face. Leurs volumes énormes permettent des économies d'échelle et des marges de manoeuvre que nous n'avons pas. Nos taxes d'accise sont encore identiques à celles des grands brasseurs. Nous avons encore été rabroués dans le dernier budget. Le coût par caisse produite pour se conformer à la réglementation déjà en vigueur est déjà beaucoup plus important pour un petit brasseur. L'étiquetage obligatoire proposé ne fera qu'ajouter à cette distorsion des coûts et affaiblira encore les micro-brasseries face aux géants.

Nous proposons que le projet de loi soit amendé et vise, au lieu de l'étiquetage, la mise en place d'une politique canadienne globale: une politique qui s'appuie sur une stratégie extensive d'intervention basée sur la responsabilisation, l'éducation et la sensibilisation; une politique qui mise sur la coopération entre les fabricants et les intervenants dans les communautés; une politique qui permette de cibler les personnes qui abusent ou qui sont le plus à risque d'abuser de l'alcool; une politique qui puisse vraiment éviter les torts causés par les abus d'alcool. Ce n'est pas une étiquette qui peut faire tout cela.

Au Québec, une telle politique existe déjà. L'article 19 du Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec se lit ainsi:

19. Les fabricants appliquent individuellement ou collectivement des programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques.

Ces programmes peuvent prendre l'une ou l'autre des formes suivantes:

1° une subvention à un organisme qui fait de la recherche médicale sur des traitements ayant pour but d'aider les personnes éprouvant des problèmes reliés à la consommation de boissons alcooliques;

2° une subvention à une maison d'aide et de réhabilitation pour les personnes éprouvant des problèmes reliés à la consommation de boissons alcooliques;

3° la diffusion de messages qui informent le consommateur de boissons alcooliques sur les avantages d'une consommation responsable et qui ne font référence à aucune marque particulière de boissons alcooliques, ou une participation à un organisme qui subventionne la diffusion de tels messages.

L'Association des micro-brasseries du Québec tiendra une réunion à ce sujet lundi. Nous avons le mandat très clair de défendre cette proposition. Nous avons aussi consulté nos collègues en Ontario et en Colombie-Britannique, et ils donnent leur appui à cette

proposition. J'ai une lettre à cet effet de l'Ontario Small Brewers' Association.

En somme, les coûts pour se conformer à l'étiquetage seraient écrasants pour les petites brasseries, et cela ne donnerait, au mieux, que des résultats inconnus. Nous proposons la mise en place d'une politique mobilisatrice et d'un partenariat sain entre nos entreprises, nos gouvernements, les communautés ainsi que tous ceux et celles qui oeuvrent à favoriser une consommation responsable de notre beau produit.

Merci.

[Traduction]

La présidente: Merci, madame Urtnowski et monsieur Tremblay.

Nous accueillons maintenant la Canadian Vintners Association, et ses porte-parole : Mme Vicki Bas, directrice de la recherche, et M. Norman Beal, président et directeur général de Peninsula Ridge Estates Winery.

Madame Bas, vous avez la parole.

Mme Vicki Bas (directrice de la recherche, Canadian Vintners Association): Merci, madame la présidente. Au nom de Norman Beal, président et directeur général de Peninsula Ridge Estates Winery, et en mon nom, je voudrais vous remercier de nous avoir donné l'occasion de comparaître aujourd'hui.

Premièrement, je voudrais vous faire part que M. William Ross, notre président, et M. Bruce Walker, le président de notre conseil d'administration, regrettent de ne pas être présents. Ils sont tous les deux à l'étranger pour participer à des réunions traitant des questions commerciales internationales au sein de l'industrie de la vinification.

Certains d'entre vous savent peut-être que la CVA est le regroupement national de 39 associations et PME de trois provinces. Collectivement, nous représentons plus de 90 p. 100 de la production et de l'exportation de vins de raisin canadiens.

Les vinificateurs canadiens ont beaucoup à coeur le problème du spectre de l'alcoolisation foetale. Depuis plusieurs années, nous collaborons avec les gouvernements et les organismes non gouvernementaux pour sensibiliser la population à ce problème. En outre, nous avons joint le geste à la parole en prenant des mesures concrètes. Pour montrer son engagement à cet égard, notre association a consacré la totalité de son budget en matière de responsabilité sociale à la sensibilisation des femmes au SAF et aux risques de la consommation excessive d'alcool pendant la grossesse. Ces deux dernières années, nous avons appuyé le programme d'information sur le SAF du Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies. Selon nous, il s'agit d'un programme opportun puisqu'il offre un moyen efficace et sélectif d'informer le public, ce qui n'est pas le cas, par contre, des étiquettes de mise en garde du gouvernement, en dépit de leurs nobles intentions.

Les tenants de l'étiquetage obligatoire ont multiplié les arguments en faveur de cette mesure. Malheureusement, tous ces arguments ne sont pas étayés de preuves concrètes montrant l'efficacité de celle-ci. En dernière analyse, on y consacre les maigres mesures qui ne peuvent plus être affectées à des solutions plus efficaces.

Nous avons examiné les études effectuées et les données recueillies dans différents pays qui ont recours aux étiquettes de mise en garde, particulièrement aux États-Unis. Nous avons constaté que cette mesure n'exerce que peu ou pas d'effet sur le problème. Par exemple, les étiquettes de mise en garde n'ont pas réduit l'incidence du SAF aux États-Unis. Le risque n'a pas été mieux perçu après la mise en oeuvre de ces étiquettes. En fait, le nombre de femmes qui ont consommé de l'alcool pendant leur grossesse a augmenté.

Au Canada, nous n'avons jamais évalué correctement l'étiquetage restreint dans les Territoires du Nord-Ouest et au Yukon. Nous savons par contre que la consommation excessive d'alcool n'a pas baissé depuis ce temps. En Ontario, la loi de Sandy a exigé l'affichage d'une mise en garde au sujet du SAF dans les points de vente. Il faudrait vérifier l'efficacité de ces mesures utilisées avant d'en prendre d'autres. Selon notre industrie, adopter une telle stratégie équivaut à jeter de la poudre aux yeux et ne vise nullement la population la plus à risque. En fait, nous savons déjà que plus de 85 p. 100 de la population consomme de l'alcool de façon responsable ou n'en boit pas du tout, et que 88 p. 100 des accusations pour conduite avec facultés affaiblies sont imputables à 3 p. 100 des conducteurs. Plus de 92 p. 100 de la population est consciente des risques graves pour le développement du fœtus si la mère consomme de l'alcool pendant la grossesse. De plus, les femmes qui sont des buveuses excessives et celles qui ont commencé tôt à consommer sont les moins susceptibles de modifier leur comportement à l'égard de l'alcool pendant leur grossesse.

Nous craignons surtout que cette mesure législative ne permette nullement d'atteindre les nobles objectifs qu'elle comporte. Nous en savons déjà beaucoup à propos de ce problème. Nous devons axer nos efforts et nos ressources afin d'aider cette petite partie de la population à risque élevé. Comme législateurs et décideurs, vous savez sans aucun doute qu'une loi et un règlement doivent être efficaces pour être crédibles. En fait, le Secrétariat du Conseil du Trésor le précise clairement dans ses lignes de conduite. L'ironie, c'est que de nombreux consommateurs ne verraient jamais ces étiquettes, si le projet de loi devait être adopté. Vraisemblablement, celui-ci ne viserait pas le vin en vrac, le vin maison et les boissons alcoolisées servies dans les restaurants et bars.

La très grande majorité des personnes qui consomment de l'alcool dans les établissements détenant un permis et chez les particuliers ne verront pas les étiquettes. On n'en prendra connaissance que chez le détaillant. Nous préconiserions de mieux appliquer les lois actuelles au lieu d'en adopter de nouvelles qui seraient inefficaces.

• (1610)

On nous a demandé plusieurs fois quels seraient les coûts que devrait assumer notre industrie si le projet de loi était adopté. Le premier coût qui me vient à l'esprit n'est pas financier. C'est plutôt le fait que vous ne donnez pas à la population tous les renseignements. Pour que le public soit bien éclairé, il faudrait, selon nous, lui transmettre toute l'information. J'ai fait allusion au fait qu'une consommation modérée de vin a des effets bénéfiques importants sur la santé. Notamment, elle assure une protection contre les coronaropathies et contribue à réduire l'indice de certaines formes de cancer. En outre, on recommande un verre de vin par jour dans le régime méditerranéen sain.

Nous avons abordé les arguments sur le plan scientifique et celui de la santé, mais nous nous en voudrions de ne pas soulever la question du coût, ce qui préoccupe grandement nos membres. Un des avantages qu'on a fait valoir, c'est que cette mesure législative ne nécessiterait pas de fonds publics. Cependant, elle entraînerait un coût bien réel, et ce sont nos membres qui l'assumeraient.

L'imposition des étiquettes de mise en garde fera inévitablement augmenter la taille de celles-ci, laquelle sera de beaucoup supérieure aux étiquettes de nos concurrents américains, étant donné que la mise en garde devra être rédigée dans les deux langues officielles et non pas dans une seule langue. Notre industrie est déjà très imposée, 70 p. 100 de la valeur au détail de nos produits étant versée au gouvernement.

Enfin, nous aimerions formuler une proposition. Vous savez peut-être que, de concert avec Santé Canada, le Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies a lancé un processus de consultation en vue d'élaborer une stratégie nationale exhaustive sur l'alcool. L'objectif visé consiste à regrouper les spécialistes des organismes gouvernementaux, des organisations non gouvernementales et de l'industrie pour trouver des méthodes efficaces et empiriques en vue d'élaborer une nouvelle politique canadienne relative à l'alcool. En particulier, ce comité de spécialistes se penchera également sur les problèmes découlant de la consommation excessive d'alcool ainsi que sur les solutions possibles. On y abordera sans aucun doute les étiquettes de mise en garde comme une solution possible.

À titre de participants, nous espérons que cette table ronde permettra d'évaluer correctement les solutions de rechange pour lutter contre la consommation excessive d'alcool et que les solutions retenues pour parvenir à un résultat seront celles qui seront les plus efficaces et qui reposeront au maximum sur des données scientifiques.

C'est pourquoi, madame la présidente, nous exhortons le comité à tenir compte du travail important accompli actuellement à l'égard de la stratégie nationale de Santé Canada relatif à l'alcool et à ne pas écarter le travail essentiel exécuté actuellement par les experts en la matière. Nous recommandons donc respectueusement que le comité suspende l'examen du projet de loi jusqu'à ce que le Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies ait eu l'occasion de se pencher sur cette question plus en profondeur et de formuler des recommandations sur l'opportunité d'adopter un projet de loi sur les étiquettes de mise en garde au sujet des boissons alcoolisées. Si des analyses et des recherches sérieuses permettent de constater que ces étiquettes cibleront la population visée et permettront efficacement de réduire l'incidence du SAF, la CVA appuiera cette solution et collaborera en vue d'établir un processus réglementaire efficace à cet égard.

Je vous remercie de votre attention. Nous serions heureux de répondre à vos questions.

• (1615)

La présidente: Merci, madame Bas.

Nous accueillons maintenant les représentants d'une entreprise appelée TAXIGUY Inc., dont M. Justin Raymond est le président.

Vous avez la parole monsieur Raymond.

M. Justin Raymond (président, TAXIGUY Inc.): Merci beaucoup.

Merci beaucoup d'avoir invité TAXIGUY, Inc. à exprimer son point de vue au sujet du projet de loi C-206.

Je m'appelle Justin Raymond et je suis président et fondateur de TAXIGUY, Inc., le chef de file national en matière d'outils de sensibilisation à la consommation responsable de boissons alcoolisées depuis 1998.

Je suis venu ici aujourd'hui pour expliquer pourquoi les étiquettes de mise en garde ne sont pas la solution aux problèmes d'abus d'alcool auxquels nous sommes confrontés au Canada. Je suis venu ici aujourd'hui pour expliquer comment l'industrie brassicole et ses membres sont passés des messages de sensibilisation inefficaces, généraux et bien connus à des programmes d'action plus ciblés et plus proactifs dont les résultats sont quantifiables.

Je suis venu ici pour vous expliquer à quel point il importe que le gouvernement fédéral, Santé Canada et le comité de la santé comprennent que l'industrie s'est engagée à élargir ses programmes et à accroître ses budgets pour promouvoir la consommation responsable d'alcool. Elle est prête à travailler avec Santé Canada et le gouvernement fédéral à l'élaboration d'un plan extrêmement efficace et non à faire obstacle au progrès.

Je suis ici aujourd'hui pour vous parler de TAXIGUY, Inc. et de ce que nous avons réalisé depuis sept ans.

Je vous invite à garder présent à l'esprit que ce programme a été entièrement parrainé par Molson Canada et qu'il est distinct des fonds que verse l'entreprise à l'Association des brasseurs du Canada pour ses propres programmes ciblés.

J'aimerais d'abord vous parler de la mission de TAXIGUY. Nous visons à fournir aux entreprises et aux consommateurs canadiens une variété d'outils communautaires faciles à utiliser, pour faciliter l'utilisation des taxis et le paiement des tarifs partout au Canada en vue de réduire sensiblement le taux de conduite avec facultés affaiblies. Nous avons entrepris notre mission lorsque nous avons constaté que 88 p. 100 des Canadiens ne connaissaient pas par coeur le numéro de téléphone d'un service de taxi dans leur communauté, encore moins pour chaque ville et village du pays.

Il suffit de composer le 1-888-TAXISVP, un seul numéro de téléphone pour tout le Canada. Notre infrastructure de télécommunications dessert 700 villes et villages. Nous comptons sur un réseau de plus de 425 entreprises de taxi et sur 20 000 taxis indépendants, et nous avons aidé plus d'un million de clients à ce jour.

Notre infrastructure permet d'utiliser n'importe quel type de téléphone. Pas besoin d'une pièce de vingt-cinq cents dans un téléphone public. Pas besoin d'un bottin téléphonique. Il s'agit d'une technologie de communications très fiable. Elle est utilisée depuis maintenant sept ans, sans aucune défaillance. L'infrastructure est très vaste, comme vous pouvez le voir dans le document que j'ai distribué. Il s'agit de la plus importante infrastructure d'enregistrement automatique des numéros et d'acheminement des appels au Canada et elle sert exclusivement à réduire la conduite avec facultés affaiblies dans toutes les rues du pays.

Comme on le voit à la diapo sur le volume d'appels, notre succès croît systématiquement. Le nombre de personnes qui utilisent notre numéro de téléphone pour obtenir un taxi augmente de 80 p. 100 chaque année. D'ici 2008, nous estimons que cinq millions d'usagers auront recours au service, grâce à ce programme unique et efficace de consommation responsable d'alcool.

De la sensibilisation à l'action. Lorsque je me suis adressé à l'organisme Mothers Against Drunk Driving en 1997, Andrew Murie, le directeur exécutif national, m'a suggéré d'aller voir Howard Collins et Sandy Morrison, de l'Association des brasseurs du Canada. J'ai suivi son conseil et j'ai exposé ma vision à Howard et Sandy. Je leur ai expliqué que l'industrie pouvait faire autre chose que de dire simplement « ne conduisez pas si vous avez bu », message qu'on entend tous les jours et qui tombe dans l'oreille d'un sourd parce que tout le monde sait déjà cela; l'industrie pouvait offrir aussi des outils communautaires. Les gens savent qu'il ne faut

pas prendre le volant après avoir bu. Ce qu'il faut leur montrer, ce sont leurs options.

Lors de la fusion récente de Coors et Molson, TAXIGUY a été jugé comme étant un modèle exemplaire parmi les programmes préconisant la consommation responsable d'alcool, en comparaison avec les programmes de Coors U.S.A.

MADD Canada comprend l'efficacité des outils communautaires puisque l'organisme vient de lancer un service national d'appel de taxi par téléphone cellulaire mis au point par une entreprise que j'ai cofondée en 2000. Le Smart Call Program de TAXIGUY, dont je vais vous parler dans un instant, a été reconnu par le Bureau d'assurance du Canada et l'Ontario Restaurant Hotel Motel Association comme le programme d'atténuation des risques le plus innovateur.

Le Smart Call Program est un programme d'atténuation des risques de responsabilité pour l'industrie de l'accueil du Canada. Le programme connaît un succès phénoménal et a été adopté massivement par des chaînes de restaurant partout au pays, qui s'affichent comme étant sensibles aux modifications du comportement. Ce programme, dont vous trouverez les détails dans la pochette que j'ai distribuée, a été conçu pour palier le manque d'effort au niveau gouvernemental.

• (1620)

La Commission des alcools et des jeux de l'Ontario distribue ses politiques internes à tous les titulaires de permis d'alcool de l'Ontario, dans lesquelles on dit que pour avoir une politique interne complète sur l'alcool, vous devez faire respecter chacun des énoncés ou satisfaire à chacune des exigences précisées dans ce document. Le point 6, « Adoptez un programme de transport sécuritaire », comporte les consignes suivantes :

• Déterminez les moyens de transport possibles et classez-les par ordre d'importance.

• Prenez les dispositions nécessaires avec des entreprises externes.

• Faites la promotion de votre programme.

Nous avons profité de cet appel à l'action pour en faire un programme auquel les bars et les restaurants peuvent adhérer pour la somme de 29 dollars par mois. Plusieurs centaines d'établissements ont déjà adhéré au programme parce qu'ils se soucient de leurs clients et souhaitent combler le vide qui existe en ce qui a trait à la responsabilité en matière de consommation d'alcool. Ils veulent faire tout ce qu'ils peuvent pour faire preuve d'un devoir de diligence accru envers leurs clients et faire en sorte que les consignes sont suivies. Il s'agit d'un programme volontaire, auquel on adhère parce qu'on se soucie de la santé de ses clients.

Le deuxième programme sur lequel je voudrais attirer votre attention est le TAXI DOLLAR. Nous avons élaboré ce programme et l'avons mis à l'essai sur des campus universitaires, en partenariat avec Molson Canada, pendant deux ans. Ces petits coupons sont acceptés dans 500 villes et villages et équivalent à de l'argent liquide. Ce qui est particulier, c'est qu'on ne peut s'en servir que pour prendre un taxi. Les parents les achètent pour leurs enfants lorsque ces derniers fréquentent l'université ou le collège. Au lieu de leur donner de l'argent, qu'ils pourraient dépenser autrement, ils leur donnent des taxis dollars pour qu'ils aient toujours de quoi payer un taxi pour revenir à la maison en toute sécurité.

Rappelez-vous que tous ces programmes n'auraient pas pu voir le jour sans Molson Canada, sans l'Association des brasseurs du Canada et, qui plus est, si MADD Canada ne m'avait pas présenté à l'Association des brasseurs, ce qui a marqué le début de cette aventure. Des entreprises et des sociétés partout au pays achètent ces taxis dollars parce qu'elles comprennent leur responsabilité sociale. La conduite en état d'ébriété ne laisse personne indifférent au Canada, mais nous avons passé le cap des messages généraux.

À la page suivante, j'ai voulu montrer comment notre programme est une affaire de collaboration. TAXIGUY a mis au point un outil très efficace et unique. Encore une fois, on est passé d'un programme de sensibilisation à des outils communautaires, que nous partageons avec divers organismes gouvernementaux et des oeuvres de bienfaisance partout au pays. Je fais moi-même partie du conseil d'administration du Conseil communautaire de l'Ontario sur la conduite avec facultés affaiblies, et nous sommes heureux de fournir tous les services et outils possibles afin d'offrir une solution ou un outil communautaire pour contrer l'ivresse au volant.

Nous partageons de l'information avec les intervenants partout au pays grâce à un bulletin de nouvelles électronique. Nous avons reçu une réaction très favorable de toutes les parties concernées. Nous cherchons toujours à partager de l'information et à trouver de nouveaux débouchés pour nos outils afin d'enrayer le plus possible la conduite avec facultés affaiblies.

Ce que nous avons fait au cours des sept dernières années nous a valu de nombreux prix et félicitations. Nous avons amené l'industrie à comprendre qu'il ne suffit pas de diffuser un message et qu'on s'attend maintenant à ce qu'elle fournisse un outil communautaire. La maison d'édition Prentice Hall a choisi TAXIGUY pour la couverture de 12 000 guides sur la mise en marché qu'utilisent des étudiants de niveau universitaire et collégial partout au pays. C'est ce qui arrive lorsque des dirigeants avant-gardistes de l'industrie des boissons alcoolisées soutiennent des programmes comme TAXIGUY. Ceux-ci finissent par se retrouver dans les programmes d'étude des universités et des collèges.

Si quelqu'un souhaite obtenir une copie de ce guide, des arrangements sont possibles.

Une voix: Bravo!

M. Justin Raymond: L'avant-dernière page porte le titre « Socialement responsable ». En 2002, un sondage du Conference Board of Canada a révélé que 77 p. 100 des Canadiens sont susceptibles d'investir dans des entreprises dites socialement responsables, 81 p. 100 d'acheter de ces entreprises et 79 p. 100 de travailler pour elles.

En conclusion, la plupart des documents que j'ai lus au sujet des étiquettes de mise en garde présentent le gouvernement et l'industrie des boissons alcoolisées comme des adversaires, le bon contre le méchant, ce qui m'a étonné. Je vous invite tous à vous demander pourquoi, puisque l'industrie des boissons alcoolisées appuie sans réserve la promotion d'une consommation responsable d'alcool. Elle appuie les initiatives et les recherches nouvelles. Elle a investi des millions et des millions de dollars dans l'élaboration de programmes proactifs qui visent la santé, la prévention du syndrome d'alcoolisme foetal et de la conduite en état d'ébriété. TAXIGUY a vu le jour à la suite de ce genre d'investissement et ne serait pas là autrement, et des millions de Canadiens seraient obligés de trouver un autre moyen pour rentrer chez eux.

• (1625)

Rendre obligatoires les étiquettes de mise en garde n'est pas la solution. De telles mesures n'ont pas été efficaces aux États-Unis et

rien ne garantit qu'elles le seront au Canada. Ce qui est certain, c'est que des programmes efficaces et ciblés comme TAXIGUY seront délestés de leur précieux financement au profit de la production d'étiquettes de mise en garde, que l'évolution naturelle de la responsabilité sociale des entreprises sera freinée, qu'on n'investira plus dans de nouveaux programmes et, par conséquent, qu'on ne proposera plus de nouvelles méthodes efficaces pour résoudre le problème d'abus d'alcool, comme TAXIGUY.

J'exhorte le comité de la santé à profiter de l'occasion pour mettre en place des stratégies efficaces, examiner les répercussions, étudier le contexte actuel, explorer des solutions de rechange et, par dessus tout, travailler avec—et non contre—l'industrie des boissons alcoolisées en vue d'élaborer un programme national dont l'efficacité est garantie au fil des années. L'industrie est prête à le faire. L'êtes-vous?

Je vous remercie de votre attention.

La présidente: Merci beaucoup, monsieur Raymond.

Mesdames et messieurs, nous passons maintenant à la période des questions et réponses. Je demanderais aux témoins, qui ont eu la chance de passer leur message, d'essayer d'être aussi brefs que possible dans leurs réponses pour que les membres du comité puissent poser le plus grand nombre de questions durant le peu de temps qui leur est accordé.

Le premier intervenant sera M. Fletcher, chez les conservateurs, qui aura dix minutes. Les autres membres auront ensuite cinq minutes, ce qui comprend les questions et les réponses. Vous pouvez comprendre qu'ils n'ont pas la tâche facile lorsque la première réponse prend trois minutes et demie, et certains membres auront une série de questions à poser. Alors je vous prie de répondre la plus rapidement possible.

Nous commençons maintenant avec M. Fletcher.

Monsieur Fletcher, la parole est à vous.

M. Steven Fletcher (Charleswood—St. James—Assiniboia, PCC): Merci, madame la présidente.

D'abord, je vous remercie tous d'être venus et d'avoir fait ces exposés très instructifs. J'ai été particulièrement encouragé d'entendre Mme Bas parler d'une plus vaste stratégie à laquelle on serait prêt à adhérer. On voit ici qu'il y a beaucoup de bonne volonté.

Je prends également bonne note des commentaires sur la réglementation par rapport à la législation, ce qui est un détail important, ainsi que sur le régime fiscal. Si nous étions un autre comité, nous aurions peut-être plus de temps pour en parler. J'aimerais poser quelques questions précises au sujet du projet de loi, puisque c'est de ce dernier que nous sommes censés parler aujourd'hui.

Monsieur Westcott, vous avez dit que si des étiquettes devenaient obligatoires, il faudrait avoir une approche équilibrée, c'est-à-dire que les effets bénéfiques de l'alcool devraient être mentionnés sur ces étiquettes. Puis M. Sleeman a pris la parole et a laissé entendre que les étiquettes n'avaient aucun effet. Si c'est le cas, je me demande pourquoi on voudrait indiquer les effets bénéfiques sur les bouteilles.

•(1630)

M. Jan Westcott: La philosophie de notre industrie est de se ranger du côté du consommateur. Vous pouvez l'appeler consommateur, citoyen, électeur, peu importe. Nous savons que si nous nous rangeons du côté du consommateur, nous allons bien faire dans tous les cas, parce que nous savons ce que le consommateur cherche et quel est son meilleur intérêt. Je travaille dans l'industrie des boissons alcoolisées depuis longtemps et, que ce soit dans le secteur de la bière, du vin ou des spiritueux, nous sommes assez intelligents pour savoir—et il a fallu un certain temps—que si notre consommateur ne va pas bien, nous n'irons pas bien non plus. Nous devons réfléchir et travailler à la façon de faire cela, et je crois que tout le monde a dit cela aujourd'hui.

Il n'y a aucun doute qu'il y a des risques associés à nos produits. Nous l'avons dit. Nous travaillons très fort pour montrer ces risques aux gens et pour les atténuer. À mesure que la société évolue, nous comprenons également qu'une consommation modérée, que ce soit de bière, de vin ou de spiritueux, comporte des effets bénéfiques importants. Les premières recherches sur la maladie cardiaque abondent dans ce sens, mais nous voyons de plus en plus d'effets positifs sur les populations, en particulier en ce qui a trait aux maladies et aux problèmes associés au vieillissement.

Si nous devons nous arrêter sur cette question, pourquoi essayons-nous de retenir un type particulier d'information? Si nous voulons que les gens soient informés, si nous voulons qu'ils comprennent ces produits, alors donnons-leur toute l'information. C'est ce que je ferais valoir.

M. Steven Fletcher: Quant à savoir si les étiquettes sont inefficaces et si nous allons fournir toute l'information, ce qui suppose qu'elles sont efficaces, le commentaire sur l'image—s'il y a des effets sur l'image—laisse entendre que les étiquettes ont un certain effet, mais nous ne savons pas exactement ce qu'il est.

J'aimerais revenir à M. Westcott, à votre commentaire au sujet des effets bénéfiques sur la santé. Ce qui m'a frappé dans le projet de loi de M. Szabo, c'est qu'il n'a pas parlé des effets sur la santé de la personne qui boit. Il a parlé des effets que l'alcool pourrait avoir sur des personnes innocentes, que ce soit une victime d'un chauffeur ivre ou un enfant à naître. Je ne sais pas si c'était délibéré ou non de la part de M. Szabo, mais on semble reprendre l'argument à l'égard de la fumée secondaire. Si quelqu'un veut fumer et se détruire, soit, mais c'est une tout autre chose quand il s'agit de la santé d'une tierce personne.

Je me demande si vous avez des commentaires à ce sujet.

M. Jan Westcott: À mon avis, cela nous ramène à l'efficacité de ce qui est proposé. Comme je l'ai dit auparavant, aucune recherche n'a montré hors de tout doute que ces étiquettes influent sur les comportements et, au bout du compte, ce sont les comportements qui nous intéressent, et non les idées générales. Que font les gens lorsqu'ils boivent et que font-ils relativement à la consommation d'alcool? Comment est-ce que nous façonnons ces comportements? Il n'y a aucun ouvrage ni aucune étude qui montre que ces étiquettes ont un effet appréciable.

Comme je l'ai dit, si nous devons mettre l'information devant les consommateurs pour essayer d'influencer leurs comportements, nous disons qu'il faut mettre toute l'information devant les consommateurs de façon judicieuse. C'est ce que nous faisons maintenant avec toute une gamme de produits. Les étiquettes des produits alimentaires comportent des renseignements sur la valeur nutritive. Nous faisons des choses. Et soyons honnêtes : le gouvernement du Canada, ou plutôt Santé Canada, a affirmé qu'il s'en tiendrait à ce que la science

dit. Alors faisons de même. Laissons la science nous guider et examinons les données empiriques. Dans le cas des étiquettes de mise en garde, sont-elles inefficaces parce que le message ne reflète qu'un seul point de vue, parce que nous ne donnons pas aux consommateurs une information suffisante, équilibrée ou exhaustive? Si nous adoptons une approche différente et décidons de transmettre toutes les données—les bonnes et les mauvaises—en indiquant les risques et les effets bénéfiques, les étiquettes seraient peut-être alors plus efficaces.

•(1635)

M. Steven Fletcher: Si le programme de Santé Canada va de l'avant et que l'on constate que les étiquettes ne sont pas efficaces, vous accepteriez sans doute ces conclusions sans difficulté. Si, au contraire, on constate que dans le cadre d'une stratégie plus vaste, l'étiquetage est efficace, feriez-vous des critiques dans ce cas? Vous opposeriez-vous à une loi dans ce cas?

M. Jan Westcott: Si nous pouvons présenter un tableau complet au consommateur et que c'est pertinent pour lui, personne, à mon avis, ne pourrait critiquer.

M. Steven Fletcher: On revient encore une fois à une approche équilibrée, mais il y a aussi les effets négatifs sur la santé des tiers et les agissements irresponsables de certaines personnes, contre lesquels on offre au moins une autre mesure de prévention. C'est là l'argument que certains pourraient avancer. Comme il a été suggéré, le politicien aurait-il meilleure conscience grâce à cela? Peut-être bien. Si on sauve une vie, est-ce que ça vaut la peine? Voilà l'argument. Nous avons déjà établi que l'étiquetage avait un certain effet; sinon, vous ne seriez pas préoccupé par l'image du produit ou l'approche équilibrée.

Je me demande si vous pouvez faire des commentaires à ce sujet, monsieur Westcott.

M. Jan Westcott: Soyons francs. Une part importante de nos produits est exportée aux États-Unis—dans une proportion de 70 à 80 p. 100. Aux États-Unis, nos produits comportent des mises en garde concernant les effets sur la santé. Or, le comportement sociétal aux États-Unis est bien peu différent de ce qu'on observe au Canada. En fait, à de nombreux égards, le Canada a marqué des points comparativement à d'autres pays dans la lutte à l'ivresse au volant, au SAF et à d'autres problèmes attribuables à la consommation excessive d'alcool. Ce que je dis, c'est qu'on ne parle que des mises en garde. Ce sont des renseignements que nous essayons de donner aux gens pour qu'ils puissent prendre des décisions éclairées. Ce pourrait être des mises en garde, mais ce pourrait être aussi une information complète.

M. Steven Fletcher: Merci de votre franchise. On pourrait rétorquer que même s'il n'y a pas eu d'effet quantifiable relativement à une diminution, la situation serait peut-être pire si les étiquettes n'existaient pas, et je ne vois pas comment vous pourriez prouver le contraire. Voilà l'argument que les politiciens vont sûrement entendre.

J'ai une dernière question. On trouve dans le site Web de l'ADC l'affirmation suivante: « L'ADC collabore avec les gouvernements, leurs organismes et autres intervenants de l'industrie des boissons alcoolisées en vue d'élaborer des politiques et des méthodes qui seront avantageuses pour les gouvernements, les fabricants et les consommateurs de spiritueux. » Doit-on comprendre que toute initiative qui ne semblerait profiter qu'aux consommateurs ne serait pas appuyée par l'ADC?

M. Jan Westcott: Non. Nous travaillons avec le gouvernement sur plusieurs fronts. Nous venons de terminer une vaste consultation avec le gouvernement du Canada, Santé Canada, concernant l'étiquetage sur les ingrédients. Nous venons de terminer une vaste consultation et nous faisons des progrès concernant l'étiquetage sur les allergènes. L'industrie est d'avis que ces choses peuvent être bonnes pour ses consommateurs et qu'elle a intérêt à agir dans ce sens.

Nous participons donc avec le gouvernement à toute une gamme d'initiatives, non seulement... Bien souvent, l'industrie dit au gouvernement « si vous voulez faire cela, vous devez nous expliquer ce que vous essayez de faire ». Toutefois, bon nombre de projets du gouvernement, dans toute sorte de domaines, n'ont pas été proposés par l'industrie et ne profitent pas nécessairement à l'industrie. Alors je crois que ce serait faux et injuste de dire que l'industrie ne collabore avec le gouvernement que dans les dossiers qui lui sont avantageux. Ce n'est absolument pas le cas.

• (1640)

La présidente: Merci, monsieur Westcott, et merci, monsieur Fletcher.

La parole ira maintenant à M. Ménard.

[Français]

M. Réal Ménard (Hochelaga, BQ): J'adresse ma question à M. Collins, à M. Tremblay ou à Laura.

Partons du principe voulant que les étiquettes réglementaires ne soient pas la bonne solution en matière de prévention et d'éducation. Il y a plusieurs documents qui prouvent que cela ne change pas les déterminants du comportement. Supposons que nous admettions cela en tant que législateurs.

Combien donnez-vous à des industries liées à la prévention, à l'éducation et à la sensibilisation? Selon vous, quels efforts raisonnables pourrions-nous vous demander? Quels critères pourrions-nous inscrire dans un projet de loi? Pour nous, au Bloc, ce qui importe, c'est la finalité, c'est-à-dire l'éducation, la prévention et la sensibilisation à l'alcool, et non pas le véhicule. Si les étiquettes ne sont pas le bon moyen, nous sommes prêts à nous engager dans une autre voie, mais quels efforts sociaux pouvons-nous vous demander? Et pourrions-nous avoir une étude de ce que vous faites présentement?

Je demanderais à M. Tremblay ou à Laura de me répondre d'abord, puis à M. Collins d'enchaîner.

M. Frédéric Tremblay: En ce qui concerne le montant d'argent investi, nous ne pouvons pas vous donner des chiffres aussi impressionnants que ceux de M. Collins. Je vais donc laisser l'argent à M. Collins, mais je peux vous dire que les micro-brasseries investissent de l'argent dans cela. Notre mission, en tant que micro-brassiers, est aussi de faire de l'éducation.

Vous me parlez de finalité. Je vais revenir à l'avant-dernière question de M. Fletcher. Certains disent que si on sauve seulement une vie, ça en vaut la peine. C'est vrai, mais si, avec le même montant d'argent et des stratégies efficaces, on peut en sauver 25 ou 30, c'est encore mieux, d'après moi. Si on part du principe que 85 p. 100 et plus de la population boit correctement, cela veut dire que sur 1 million de dollars, il y a 850 000 \$ qui vont à la poubelle.

Maintenant, combien d'argent faut-il consacrer à cela? Je laisserai aux personnes qui ont des chiffres plus impressionnants le soin de répondre.

M. Réal Ménard: Quels efforts peut-on vous demander?

[Traduction]

M. Howard Collins: Vous demandez quelle serait la législation dont nous aurions besoin. À mon avis, si ces programmes existent déjà depuis des décennies et que l'industrie y adhère sur une base volontaire, pourquoi voudriez-vous légiférer pour mettre des règlements en place? Si on le fait déjà, pourquoi voudriez-vous...

[Français]

M. Réal Ménard: Mais combien votre association donne-t-elle? Donnez-nous un ordre de grandeur. Ne me donnez pas les noms des organismes, mais dites-nous quel pourcentage de votre chiffre d'affaires ou de votre revenu brut vous consacrez à la sensibilisation, à la prévention et à l'éducation. Vous n'êtes pas obligé de nommer des organismes, car c'est la finalité qui importe, et non le véhicule. L'année passée, par exemple, quel pourcentage de leur chiffre d'affaires les membres de votre association ont-ils donné? Ne soyez pas timide, ça va rester entre nous.

[Traduction]

M. Howard Collins: C'est entre nous, bien sûr.

Je n'ai pas le pourcentage du chiffre d'affaires. Nous avons dépensé 120 millions de dollars en 20 ans. Si vous regardez quelques-uns des programmes que nous avons réalisés, la somme d'un million de dollars a été injectée dans le programme Student Life Education sur une période de trois ans, et 750 000 dollars ont été injectés dans Motherisk sur une période de cinq ans.

Toutefois, je ne peux pas vous donner de chiffre pour l'ensemble de l'industrie.

[Français]

M. Réal Ménard: Je crois que c'est M. Sleeman qui a dit que, si le projet de loi était adopté, l'implantation de cette mesure, sur le plan de la technologie, coûterait 10 millions de dollars par année aux brasseurs nationaux. Pouvez-vous nous donner un peu plus de détails?

[Traduction]

M. John Sleeman: Je peux certainement vous parler au nom de Sleeman et vous dire ce qu'il va nous en coûter. Teresa a mentionné ce qu'il en coûtera aux micro-brasseries.

Techniquement, il faudra plus de papier, plus de colle et des emballages différents. La plupart des brasseries devront se doter d'un nouvel équipement.

Dans le cas de Sleeman, il n'y a aucun endroit sur la bouteille où nous pouvons apposer cette étiquette. Il faudrait donc reconcevoir les bouteilles, jeter celles que nous avons et recommencer avec un nouveau lot de bouteilles sur lesquelles nous pourrions apposer une contre-étiquette. Contrairement à d'autres brasseurs, nous ne pouvons pas mettre d'étiquette n'importe où. Nous ne pourrions pas l'apposer sur le front et la partie inférieure de la bouteille. Il y a des coûts en jeu.

Malheureusement, comme Teresa l'a mentionné, dans un contexte d'établissement des prix en fonction de la valeur, il ne sera peut-être pas possible de refiler ces coûts au consommateur.

• (1645)

[Français]

M. Réal Ménard: Madame Bas ou monsieur Beal, pouvez-vous nous donner plus de détails sur les coûts que cela entraînerait? Dépêchez-vous, car la présidente va bientôt me couper la parole.

[Traduction]

M. Norman Beal (président et directeur général, Peninsula Ridge Estates Winery, Canadian Vintners Association): Il y aura des variations de part et d'autre du secteur, comme chez les brasseurs. Les petits vignobles, qui représentent la grande majorité de nos producteurs de vin, soit 90 p. 100—qui se trouvent dans une situation semblable à celle de M. Tremblay—ne pourront pas supporter les coûts de l'équipement qui sera nécessaire pour apposer d'autres étiquettes sur les bouteilles. Pour leur part, les plus grands producteurs de vin devront reconcevoir les bouteilles et utiliser plus de papier, comme M. Sleeman l'a dit. On estime que le coût total sera de plusieurs millions de dollars.

La présidente: Monsieur Ménard, vous avez été très discipliné aujourd'hui; vous n'avez utilisé que 40 secondes de trop.

[Français]

M. Réal Ménard: Quand on parle de bière, vous avez de l'esprit, madame la présidente.

[Traduction]

La présidente: Ce sera le tour de M. Savage.

M. Michael Savage (Dartmouth—Cole Harbour, Lib.): Merci, madame la présidente, et bienvenue aux témoins d'aujourd'hui. Merci d'être venus. Vos exposés sont d'une grande utilité.

J'ai été de ceux qui ont préconisé l'apposition d'une étiquette sur les paquets de cigarettes, par l'entremise de la Fondation des maladies du coeur. Je constate toutefois qu'il y a des différences très importantes entre la cigarette et les boissons alcoolisées. Voici ce qui m'importe : fait-on quelque chose pour réduire le syndrome d'alcoolisme foetal ou pour réduire la conduite en état d'ébriété?

J'ai mentionné à la dernière séance, lorsque mon collègue a présenté ce projet de loi, que ma soeur a adopté un enfant atteint du syndrome d'alcoolisme foetal. Je sais les défis que cela représente.

Nous déplorons tous le syndrome d'alcoolisme foetal et nous voulons faire tout ce que nous pouvons pour combattre ce problème. Pouvons-nous le faire avec des étiquettes? Je dois admettre que je n'ai encore rien vu à cet effet. Je me demande donc, si nous adoptons ce projet de loi, quelles seront les répercussions pour l'industrie?

J'aimerais demander à chacun d'entre vous de me dire précisément si cette mesure vous obligerait à abandonner certains des programmes auxquels vous participez?

M. John Sleeman: Je pourrais peut-être parler au nom des brasseries.

Pour dire les choses sans détour, nous espérons que nous pouvons empêcher l'adoption de ce projet de loi en en discutant. Nous n'avons pas passé en revue la liste des programmes pour déterminer lesquels seront éliminés.

Évidemment, comme c'est le cas pour plusieurs paliers de gouvernement aujourd'hui, les fonds sont limités. À ceux qui disent que nous devrions sauver une vie de plus, je rétorque que si nous sommes obligés d'apposer des étiquettes et d'annuler des programmes qui ont une portée beaucoup plus grande et qui sauvent peut-être 50 vies, alors nous rendons un mauvais service à nous-mêmes et à nos concitoyens. Avons-nous cerné les programmes qui seront éliminés? Non. Y en aura-t-il? Fort probablement, puisque les sommes d'argent sont limitées.

M. Michael Savage: Quelqu'un d'autre voudrait intervenir?

Mme Teresa Cascioli: C'est une question de survie. Il ne s'agit pas des programmes qui seront abolis, mais des emplois qui seront perdus.

Au nom des Teamsters de mon établissement, j'aimerais savoir combien de députés qui appuient ce projet de loi fument la cigarette? Ces étiquettes sont-elles vraiment efficaces? S'il y a des députés qui appuient ce projet de loi et qui fument, la réponse est simple : les étiquettes sont inefficaces.

M. Jan Westcott: Ce que j'aimerais dire devant tout le monde, c'est que je crois que John a raison. À mon avis, nous n'en sommes pas à l'étape des choix.

Santé Canada nous a invités il y a un certain temps pour participer à la création d'une stratégie globale concernant la drogue et l'alcool au Canada et les objectifs très précis que nous visons. Ce n'est pas il y a 25 ans. Nous avons tous appris beaucoup. Nous comprenons tous l'importance de ne pas conduire en état d'ébriété, de ne pas boire d'alcool durant la grossesse. Cette question a été réglée. Nous examinons maintenant les problèmes qui restent. Concernant la conduite en état d'ébriété, nous savons que le problème persiste chez les buveurs invétérés. Alors que faut-il faire très précisément pour corriger ce problème?

Cette question nous concerne tous, et le secteur y a consacré beaucoup de temps. Nous avons mis beaucoup d'effort à nous entretenir non seulement avec Santé Canada, non seulement avec le CCLAT, mais aussi avec bon nombre des autres groupes qui sont touchés par ce problème—des groupes d'intérêt, des groupes pour toxicomanes. Nous avons passé plusieurs jours ensemble. Je dois vous dire que dans toutes ces consultations, jamais il n'a été question d'étiquette de mise en garde. Nous finirons peut-être par dire que c'est l'une des mesures que nous pouvons adopter pour nous attaquer éventuellement à certains problèmes, mais nous ne sommes pas encore rendus là. Je crois que nous mettons la charrue devant les boeufs.

Vous avez raison de dire que les fonds sont limités. M. Ménard a posé une question sur l'argent. Soyons francs. Dans mon secteur, chaque fois que nous vendons une bouteille de whisky, de rhum, de vodka ou un autre de nos produits, nous recevons 18 cents pour chaque dollar. Nous savons tous où le reste de l'argent va. Nous faisons beaucoup d'effort pour régler ces problèmes dans le contexte dans lequel nous vivons, que le gouvernement contrôle d'une main de fer, et nous sommes tous dans le même bateau. Ce sont les spiritueux qui sont les plus touchés. N'oublions pas cela.

• (1650)

La présidente: Il reste quarante secondes.

M. Michael Savage: D'accord. Je vais vous laisser vous exprimer.

La seule chose que j'aimerais dire, c'est que l'Association des brasseurs fournit beaucoup de renseignements sur la recherche. Je crois qu'un grand nombre de ces travaux ont été effectués aux États-Unis. J'aimerais avoir plus de détails à ce sujet. Nous n'avons que les grandes lignes ici. Nous avons reçu beaucoup de documents, mais je ne détesterais pas en avoir un peu plus. Je laisserai les autres répondre à cette question.

Merci.

M. Norman Beal: Comme vous le savez, l'industrie vinicole repose beaucoup sur l'agriculture. Le gros des dépenses d'immobilisation dans cette industrie sont consacrées aux vignobles. Un bon vin vient d'un bon raisin, qui est cultivé dans un vignoble.

J'ai failli manquer notre séance d'aujourd'hui parce que, comme vous le savez peut-être, un millier d'agriculteurs se dirigeaient en tracteur vers Queen's Park aujourd'hui et je suis resté pris au milieu de ce fouillis alors que je me dirigeais vers l'aéroport de Toronto. Les agriculteurs ne font pas d'argent à l'heure actuelle. Je peux vous dire que si les coûts augmentent dans l'industrie vinicole, pour les fabricants de vin, ils auront des répercussions sur le secteur agricole. Quelqu'un devra payer.

J'aimerais reprendre l'idée qui a été exprimée un peu plus tôt : 83 p. 100 du prix d'une bouteille de vin que je vends par l'intermédiaire de la Liquor Control Board of Ontario revient au gouvernement. Je garde 17 p. 100. Alors si nous parlons d'une hausse de coût, quelqu'un devra payer.

La présidente: Merci, monsieur Savage. La parole ira maintenant à Mme Crowder.

Mme Jean Crowder (Nanaimo—Cowichan, NPD): Merci pour votre exposé.

Certains d'entre vous ont parlé des défis que nous, les politiciens, devons relever pour trouver un juste équilibre entre les considérations d'ordre économique et la sécurité publique et celle des consommateurs. Bien qu'aucun denier public ne soit versé directement dans cette initiative, des sommes importantes sont injectées dans les soins de santé, l'éducation et le système de justice pénale, en lien direct avec la consommation d'alcool. Des fonds publics importants sont donc comptabilisés ailleurs.

Le défi qui se pose à nous vient en partie du fait que, tout comme les témoignages très éloquentes que nous avons entendus aujourd'hui, des organismes comme l'Agence de santé publique du Canada nous disent que les femmes enceintes ne savent plus trop si elles peuvent consommer de petites quantités d'alcool en toute sécurité ou si elles doivent s'abstenir totalement d'alcool.

Lorsque ce projet de loi a été présenté, on a fait valoir que les boissons alcoolisées constituaient le seul produit de consommation qui peut vous faire du tort si vous en faites un abus et qui ne comporte aucune mise en garde à cet effet.

Motherisk a indiqué que les étiquettes de mise en garde étaient un moyen efficace de changer la culture entourant la consommation d'alcool, de la même façon qu'on a changé les mentalités à l'égard de la cigarette et de la conduite avec facultés affaiblies, et qu'on n'a rien à perdre, mais tout à gagner avec de telles étiquettes.

Dans une étude réalisée par le Dr Eric Single et plusieurs autres médecins, on dit que les décès associés à l'alcool surviennent souvent chez les personnes relativement jeunes, tandis que les effets bénéfiques se font sentir surtout chez les adultes plus âgés. Ce qui est en jeu, c'est la vie et la productivité des jeunes personnes, qui sont touchées en plus grand nombre.

Pour sa part, l'Association médicale canadienne appuie ouvertement l'intention de ce projet de loi, qui consiste à informer la population des risques associés à la conduite avec facultés affaiblies et des dommages que la consommation de boissons alcoolisées peut causer aux femmes qui sont enceintes ou qui pourraient le devenir.

Le Betty Ford Center dit qu'il a été démontré que l'industrie des boissons alcoolisées se trouve en situation de conflit d'intérêt entre la santé publique et les profits qu'elle réalise.

J'ai d'autres exemples, mais ceux-ci montrent bien les défis qui se posent aux politiciens qui doivent tenter d'en arriver à un équilibre. L'industrie doit continuer de faire des profits et contribuer à l'économie et aux recettes fiscales. Le public s'inquiète que l'étiquetage ne soit qu'une mesure isolée. Quelqu'un a parlé d'une

stratégie globale. Il me semble qu'il a toujours été question d'une stratégie globale dans notre discours. L'étiquetage n'est pas la seule solution. Certes, vous pouvez citer des études qui montrent qu'il n'y a aucun effet, mais je peux citer des études qui disent le contraire. Tout dépend de la science sur laquelle vous vous appuyez.

Dans le cadre d'une stratégie globale, je me demande pourquoi on ne tiendrait pas compte de toutes ces autres personnes qui veulent des étiquettes. Bon nombre d'entre elles ont souffert des effets de l'alcool, que ce soit des enfants, des mères, des filles, des pères, peu importe.

Je ne sais pas si quelqu'un veut faire des commentaires sur la façon dont nous pourrions trouver un équilibre en tenant compte des besoins des autres.

• (1655)

M. Howard Collins: Je pourrais peut-être commencer, madame Crowder.

Parmi les gens que vous venez de citer, Eric Single faisait partie de la table ronde, du groupe d'intervenants dont nous avons parlé un peu plus tôt et qui essayait de définir un cadre national pour une politique sur l'alcool.

Si on regarde ce qui se passe, il me semble, bien honnêtement, que nous ne voyons pas les étiquettes dans le cadre d'une politique globale. Nous disons « adoptons ce projet de loi maintenant, puis poursuivons les discussions en table ronde pour définir le problème et cerner les meilleures pratiques ». Pour dire vrai, je crois que nous mettons la charrue devant les boeufs.

Mme Jean Crowder: Merci.

Ai-je encore du temps?

La présidente: Une dernière question très rapide, madame Crowder.

Mme Jean Crowder: Pour revenir à un commentaire que M. Fletcher a fait, il s'agit tout de même d'un défi, en ce sens qu'il est évident que les étiquettes sont efficaces, sinon les gens ne s'attarderaient pas autant au marketing et au choix d'une étiquette. Selon l'expérience américaine, il semblerait que certaines étiquettes n'aient pas été efficaces parce qu'elles n'étaient pas placées au bon endroit, qu'elles n'étaient pas visibles, etc.

Je me demande si vous avez un commentaire à ce sujet. Il est clair que l'étiquetage donne des résultats, sinon vous ne prendriez pas la peine d'apposer de belles étiquettes sur toutes vos bouteilles.

M. John Sleeman: Excusez-moi, Laura, voulez-vous répondre?

Mme Laura Urtnowski: Je voulais simplement dire que j'ai déjà une contre-étiquette sur mon produit et que ça ne coûterait pas très cher de la changer pour une autre. Je suis ici pour le principe et pour vous dire que j'aimerais mieux avoir un message de 30 secondes à la télévision pour annoncer mon produit et que vous pouvez bien retirer ma contre-étiquette en échange.

Je parle simplement de ce qui est efficace et de ce qui ne l'est pas. Je fais du marketing. Je dois vendre mon produit. Si je pouvais me payer une annonce à la télévision, ce serait beaucoup plus efficace pour nous—un peu comme ce que ferait Éduc'alcool concernant l'alcool au volant, et autres choses.

Mme Teresa Cascioli: En tant que micro-brasserie, ce débat nous aura permis de continuer à vous sensibiliser à notre cause et à nous défendre lorsqu'on vous présente pareille chose. Il est à espérer que toute cette information que nous allons vous envoyer vous donnera une réponse nuancée à certaines questions, comme celles que pose Betty Ford, qui, pour dire bien franchement, est en contradiction pour ce qui est du traitement, etc.

La réalité, c'est que si des emplois sont perdus, la consommation d'alcool va augmenter à Hamilton.

La présidente: Merci beaucoup.

Merci, madame Crowder.

La parole ira maintenant à Mme Dhalla.

Mme Ruby Dhalla (Brampton—Springdale, Lib.): Merci, madame la présidente.

Au risque de répéter ce que mes collègues ont dit, bon nombre de vos exposés ont été très éclairants pour nous.

Comme Mme Crowder l'a dit, c'est un dossier complexe, et il y a des gens qui soutiennent cette cause et d'autres qui s'y opposent. Personnellement, je me pose des questions sur les étiquettes de mise en garde et leur efficacité par rapport au coût.

Nous avons parlé de l'efficacité des étiquettes, mais en tant que contribuables et politiciens, nous cherchons toujours à en avoir pour notre argent. Nous devons tenir compte des sommes d'argent qui seront consacrées à l'étiquetage et de l'efficacité de cette mesure pour ce qui est des consommateurs.

Peut-être que la représentante de Lakeport, M. Tremblay et M. Sleeman peuvent parler au nom de l'industrie et me donner, ainsi qu'à mes collègues, le coût exact de cette mesure. Je crois que Teresa a mentionné que l'adoption de ce projet de loi coûterait environ 22 000 \$ par marque et un coût additionnel de 0,45 \$ la bouteille. Je crois que M. Sleeman a affirmé que les dépenses d'équipement seraient de l'ordre de 4,6 millions de dollars. M. Tremblay a parlé d'une somme de 30 000 \$. À titre de dirigeant de l'Association des brasseurs, M. Collins, ou les fabricants eux-mêmes, pourrait peut-être donner au comité un chiffre précis de ce qu'il en coûterait pour apposer cette étiquette de mise en garde, si le projet de loi était adopté.

Deuxièmement, pouvez-vous nous dire si des recherches ont été effectuées sur l'efficacité par rapport au coût que comporte l'ajout d'une telle mise en garde sur les étiquettes actuelles des brasseries?

• (1700)

Mme Teresa Cascioli: Lakeport n'a pas de contre-étiquette; il faudra donc acheter et installer l'équipement, ce qui coûtera 2 millions de dollars. Il faudra trouver du financement. Je devrai m'adresser à une banque, qui posera aussi des questions sur l'efficacité et le rendement de cet investissement. Il sera difficile de justifier un investissement de 2 millions de dollars si vous dites à votre banquier que vos ventes ne vont pas nécessairement augmenter.

Il y a donc pour commencer une dépense d'immobilisation de 2 millions de dollars.

Deuxièmement, il faudra acheter toutes les étiquettes et de plus grandes quantités de colle. Outre les 2 millions de dollars, il en coûtera 0,45 \$ de plus la caisse simplement pour apposer une contre-étiquette. Si on juge que l'étiquette de front doit être changée, il faudra dépenser 22 000 \$ par marque simplement pour modifier l'étiquette existante, parce que les plaques graphiques et les colorants devront être changés.

De plus, toute incidence sur la publicité et les marques de commerce et tous les autres mécanismes de soutien auxiliaire concernant l'étiquette elle-même devront être soumis de nouveau à l'approbation de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et au processus juridique, ce qui constitue une dépense supplémentaire d'environ 100 000 \$.

Mme Ruby Dhalla: Est-ce 0,45 \$ la caisse ou la bouteille?

Mme Teresa Cascioli: La caisse.

Mme Ruby Dhalla: Combien de bouteilles y a-t-il dans une caisse?

Mme Teresa Cascioli: Il y a 24 bouteilles dans une caisse.

M. Frédérick Tremblay: Les coûts seraient les mêmes pour moi. Une étiquette me coûte 0,15 \$, et je fais 0,15 \$ de profit par bouteille. Alors, si je dois ajouter une deuxième étiquette, eh bien, je ferais mieux de vendre ma brasserie et d'aller cultiver des pâquerettes.

M. John Sleeman: J'avais anticipé cette question et j'avais demandé à mon personnel de me donner ces chiffres.

Pour Sleeman, il y aurait une hausse de coût d'environ 850 000 \$ par année pour l'emballage, c.-à-d. les contre-étiquettes sur la bouteille standard de l'industrie, les bouteilles Sleeman et la colle. Il nous coûterait 150 000 \$ par année pour trier les bouteilles qui devraient être détruites. Nous aurions des pertes de 3,4 millions de dollars parce qu'il faudrait jeter ces bouteilles et les remplacer par d'autres qui seraient adaptées à l'étiqueteuse. Nous avons cinq brasseries au Canada, dont quatre sont équipées d'une étiqueteuse. Comme une étiqueteuse vaut 300 000 \$, il faudrait dépenser quatre fois 300 000 \$, ce qui donne 1,2 million de dollars.

C'est ainsi que nous sommes arrivés à 4,6 millions de dollars en coûts d'immobilisation et un million de dollars par année en dépenses courantes.

Mme Ruby Dhalla: Quelqu'un d'autre voudrait faire des commentaires et nous donner des chiffres?

Monsieur Sleeman, accepteriez-vous de déposer ce document à la fin de la séance?

M. John Sleeman: Si ça ne vous fait rien qu'il soit griffonné, j'en serais ravi.

Mme Ruby Dhalla: Excellent.

Est-ce que M. Beal ou Mme Bas voudrait faire des commentaires? Avez-vous ces chiffres? Non.

Monsieur Collins, vous avez dit que vous ne saviez pas quelle somme d'argent chaque brasserie consacre à la mise en marché, à la prévention et aux mesures proactives visant à prévenir certains problèmes attribuables à la consommation d'alcool. Comment une brasserie est-elle obligée de consacrer une somme d'argent à ces programmes? Avez-vous un contrôle sur cela?

M. Howard Collins: Le contrôle vient dans l'autre sens, lorsque vous travaillez pour une association. Chaque année, je présente des programmes sur la consommation responsable à un conseil d'administration; ce dernier approuve le budget et nous partons de là.

Mme Teresa Cascioli: En tant que membre du conseil d'administration de l'Association des brasseurs du Canada et en tant que brasseur, j'aimerais apporter une précision.

Les brasseurs dépensent des sommes d'argent dans des programmes, mais nous payons des droits à l'Association des brasseurs du Canada chaque mois. Howard encaisse cette somme à la banque et il évalue les programmes, comme membre du conseil d'administration, et le groupe finance ces programmes. Nous en avons plus pour notre argent si nous pouvons établir ces programmes et payer l'Association pour qu'elle s'en occupe.

Individuellement, par exemple, Lakeport fait toujours la promotion de la sobriété au volant. Nous avons aussi un programme pour dénoncer le viol commis par une connaissance. Nous avons distribué des dessous de bouteille dans les universités pour sensibiliser les gens à ces situations. Nous pouvons donc faire des choses individuellement, mais nous versons des droits chaque mois à l'Association et c'est elle qui s'occupe, pour nous, des programmes de plus grande envergure.

Mme Ruby Dhalla: Je sais que mon temps est écoulé, mais j'ai une dernière question pour M. Collins.

Quel est le budget que vous consacrez au marketing?

M. Howard Collins: L'an dernier, le budget était de 1,3 million de dollars.

La présidente: Merci, madame Dhalla.

M. Justin Raymond: Puis-je faire un bref commentaire?

L'argent injecté dans notre programme ne vient pas de l'Association des brasseurs du Canada.

• (1705)

La présidente: Oui, nous le savons. Il vient de Molson...

M. Justin Raymond: Oui, il vient de Molson et de Labatt.

La présidente: Merci, madame Dhalla.

C'est au tour maintenant de M. Lunney, qui sera suivi de Mme Chamberlain.

M. James Lunney (Nanaimo—Alberni, PCC): Merci, madame la présidente.

Je suis ravi de constater que tout le monde ici semble reconnaître l'intention du projet de loi de M. Szabo. Ce dossier le touche, et nous pouvons tous comprendre les préoccupations profondes des gens qui sont touchés par le syndrome d'alcoolisme foetal, ainsi que les coûts terribles que ce problème comporte pour ces familles, ces enfants et l'ensemble de la société.

Il est clair que vos produits font le plaisir d'une grande partie de la société, et probablement de la plupart des députés autour de cette table. Il est possible même que vos marques soient celles qui ont notre préférence personnelle.

C'est la première fois que j'entends parler de TAXIGUY. J'en suis très heureux. Cette initiative s'attaque à un aspect du problème : la conduite en état d'ébriété. Je crois que c'est un excellent programme, mais il ne règle certainement pas l'autre moitié du problème sur lequel nous nous penchons aujourd'hui, c'est-à-dire le syndrome d'alcoolisme foetal.

Tous ces partenariats méritent nos éloges. J'ignorais que vous travailliez en si grande collaboration avec toute une gamme d'agences, pour trouver ensemble des solutions à la surconsommation, problème qui ne touche pas seulement les jeunes. Par ailleurs, le syndrome d'alcoolisme foetal touche surtout les jeunes femmes et, avec les problèmes d'alphabétisation, les groupes autochtones et, pour une raison quelconque, le Québec. Je suis ravi de constater que ces programmes existent—le programme de sensibilisation auprès

des jeunes, Éduc'alcool au Québec et certains programmes qui visent tout particulièrement ces jeunes personnes très vulnérables.

Il faut savoir que la surconsommation rend les jeunes femmes encore plus susceptibles de devenir enceintes. Certaines personnes le savent très bien et en profitent... Quelqu'un a parlé des drogues du viol et des préoccupations concernant le viol commis par une connaissance. Ces situations sont liées à la surconsommation, et ce sont les jeunes femmes qui sont le plus vulnérables.

D'après votre expertise, puisque vous y avez réfléchi, comment pouvons-nous transmettre ce message plus efficacement aux jeunes femmes qui sont vulnérables? Je crois que c'est là le cœur de la question qui nous intéresse ici.

M. Jan Westcott: Sans vouloir offenser personne, il y a certainement un peu de naïveté ici. Nous travaillons tous avec toutes sortes de groupes depuis de nombreuses années. Les brasseries et nous-mêmes finançons des groupes qui se préoccupent des questions de santé, comme le CCLAT, ou Motherisk à l'hôpital général et l'hôpital pour enfants de Toronto. Nous travaillons depuis longtemps avec un groupe qu'on appelle BACCHUS Canada, qui est actif dans les campus universitaires et collégiaux. Nous avons mis au point des programmes pour sensibiliser les jeunes femmes à la consommation d'alcool et à l'activité sexuelle. Lorsque je travaillais pour les brasseurs, nous étions parmi les premiers à dénoncer le viol commis par une connaissance. Voyons, il y a plein de choses qui se sont passées et vous en prenez une au hasard.

Permettez-moi de parler d'une expérience que nous avons eue il y a cinq ans. Nous avons parrainé une conférence sur le SAF à Terre-Neuve. Tout le milieu de la santé, de l'éducation et de la santé publique était là—C.J. et moi, avec 350 personnes de l'extérieur de l'industrie des boissons alcoolisées. On nous a fait asseoir devant la salle, et c'était une conférence très intéressante. Nous avons pris un risque en parrainant cette activité et nous n'étions pas certains de ce qui allait se passer. Gideon Koren était là. En fait, il avait été invité comme conférencier principal parce qu'il est l'un des plus grands experts dans ce domaine au Canada. L'une des choses les plus troublantes qu'il a dites à cette conférence, c'est qu'il avait constaté, dans le cadre de ses recherches, que neuf enfants sérieusement atteints du SAF naissent chaque année à Terre-Neuve. C'est effrayant. Voulez-vous savoir ce qui m'a le plus surpris? Chaque année, invariablement, quatre de ces neuf bébés sont le deuxième ou le troisième enfant d'une même mère qui est atteint du SAF.

Les étiquettes de mise en garde ne changeront rien. Bien des choses que nous essayons de faire ne changeront rien. Il faut des programmes et des interventions extrêmement bien ciblés pour obtenir des résultats. C'est un programme extrêmement complexe. Nous essayons tous d'y voir clair, avec Santé Canada, avec les groupes concernés par le SAF et les gens qui travaillent dans ce domaine.

Dans un sens, ce qui me trouble un peu—et des gens en ont parlé—, c'est que les étiquettes de mise en garde détournent l'attention de ces choses importantes que nous essayons tous de faire. Nous nous intéressons à ce problème depuis longtemps, et nous sommes très sincères dans nos efforts. J'ai des enfants; j'ai une famille. Je mets chacun de vous au défi de dire qu'il s'intéresse à cette question plus que moi, simplement parce que je fais partie de ce milieu.

M. James Lunney: Merci, madame la présidente. D'autres ont déjà posé la plupart de mes questions.

La présidente: Merci, monsieur Lunney.

Madame Chamberlain.

L'hon. Brenda Chamberlain (Guelph, Lib.): J'ai quelques questions auxquelles, je l'espère, on pourra répondre très rapidement, bien qu'elles ne soient pas faciles.

J'aimerais demander à quiconque voudrait bien répondre, y aura-t-il des emplois perdus ou des fermetures si les étiquettes de mise en garde deviennent obligatoires?

• (1710)

M. Frédérick Tremblay: S'il y en a, ce seront probablement les micro-brasseries qui seront touchées, parce qu'elles n'ont pas la possibilité d'investir beaucoup d'argent. Comme vous le savez probablement, nous n'avons pas beaucoup d'argent et lorsque nous allons à la banque, nous devons démontrer que pareille mesure donnera des résultats.

Ce serait très triste, parce que les micro-brasseries sont en contact direct avec le client. Ce sont nous qui éduquons les gens. Lorsque j'organise des dégustations dans mon petit village, les gens me disent souvent « votre bière est bonne, mais je ne veux pas prendre une brosse avec ça ». J'en suis très heureux.

L'hon. Brenda Chamberlain: Quelqu'un d'autre voudrait faire un commentaire?

M. Norman Beal: J'aimerais ajouter quelque chose.

Comme vous le savez, l'industrie vinicole canadienne est relativement jeune si l'on tient compte de la croissance de certains de nos petits producteurs. Comme je l'ai dit tout à l'heure, l'industrie repose sur l'agriculture...

L'hon. Brenda Chamberlain: Je vous demanderais de répondre brièvement, si vous le pouvez, parce que j'ai d'autres questions à poser.

M. Norman Beal: Ce que je veux dire, c'est que certains des petits établissements vinicoles devront fermer boutique. Le marché international est extrêmement compétitif. Bon nombre des fabricants étrangers qui nous font concurrence sur notre propre marché, au Canada, sont subventionnés massivement et, soit dit en passant, bon nombre de ces compétiteurs n'ont pas à apposer de contre-étiquettes sur leur marché intérieur.

L'hon. Brenda Chamberlain: Merci.

Quelqu'un d'autre voudrait intervenir?

M. John Sleeman: Je ne peux pas parler au nom de Molson et Labatt et des autres grandes brasseries, bien qu'il y ait déjà eu des pertes d'emploi dans ces entreprises parce que le milieu est très compétitif. Je doute que Sleeman fermerait ses portes, mais il faudrait certainement revoir nos effectifs.

L'hon. Brenda Chamberlain: Merci.

Teresa?

Mme Teresa Cascioli: C'est la même chose chez Lakeport.

L'hon. Brenda Chamberlain: Voici mon autre question : est-il probable, ou possible, que des programmes comme celui qui vise à prévenir le SAF et d'autres que vous soutenez—Motherisk et un certain nombre de programmes—soient abolis si cette mesure est adoptée?

Mme Laura Urtnowski: Pour ce qui est du programme au Québec, qui est obligatoire à l'heure actuelle, je suis certaine que les étiquettes de mise en garde seraient acceptées comme un programme de sensibilisation par le gouvernement du Québec; par conséquent, nous ne serions peut-être plus obligés de financer bon nombre des programmes qui sont actuellement financés au Québec, parce que

nous aurions une étiquette de mise en garde, et ce serait là notre programme.

L'hon. Brenda Chamberlain: Le gouvernement assumerait les coûts.

Mme Laura Urtnowski: Nous n'avons pas à donner au gouvernement du Québec... mais le gouvernement du Québec nous oblige à avoir un programme de sensibilisation, comme je l'ai dit tout à l'heure, et l'étiquette répondrait alors à ce critère.

M. Howard Collins: Le problème, c'est que les fonds sont limités. Si les gens d'affaires doivent affecter des ressources aux étiquettes, il y aura certainement des conséquences lorsque je leur demanderai de contribuer au financement des programmes.

La présidente: Puis-je demander combien il y a d'argent dans la caisse?

L'hon. Brenda Chamberlain: Cette intervention ne comptera pas dans mes cinq minutes.

La présidente: Mais nous n'avons pas eu les chiffres réels.

M. Howard Collins: Nous parlons de la caisse de l'ensemble de l'industrie.

M. John Sleeman: C'est très difficile de savoir ce que l'ensemble de l'industrie dépense. Pour sa part, Sleeman injecte de l'argent dans des annonces d'intérêt public, pour encourager les gens à ne pas conduire s'ils ont bu, en particulier durant la période de Noël et d'autres occasions. Cette dépense n'est pas incluse dans le budget de l'association, mais ce serait des millions de dollars chaque année pour les brasseurs.

L'hon. Brenda Chamberlain: Vous avez parlé un peu plus tôt d'une fondation. J'aimerais qu'on en parle davantage. Qu'est-ce que c'est? Que peut-elle réaliser? Encore une fois, si les étiquettes devenaient obligatoires, cette mesure pourrait-elle nuire à cette fondation?

M. Howard Collins: L'idée de créer une fondation est venue des conférences sur le SAF dont j'ai parlé un peu plus tôt, au cours desquelles des chercheurs de partout au pays qui s'intéressent au problème se réunissent et parlent des programmes en place, des meilleures pratiques et de la façon de s'attaquer au SAF. Comme je l'ai déjà dit, nous participons à des programmes avec Motherisk, avec le CCLAT. Nous nous demandions ce que nous pouvions faire de plus. Nous avons ciblé les groupes communautaires, puisque bon nombre de ces groupes cherchent un appui et n'en ont pas.

Nous avons entrepris des pourparlers avec les provinces de l'Ouest—où nous avons tenu la conférence—et nous recevons des signes encourageants de certaines de ces provinces, qui laissent envisager la possibilité de créer ensemble une fondation. Cette dernière serait financée par les gouvernements provinciaux et le gouvernement fédéral—si nous pouvons attirer son attention—et par l'industrie.

Cette fondation fonctionnerait comme les programmes indépendants que nous avons réalisés ailleurs; un conseil d'administration indépendant déciderait de la façon dont l'argent serait distribué aux groupes communautaires. Ces discussions ont eu lieu à l'automne; pour dire vrai, nous nous concentrons sur les étiquettes maintenant, et nous n'avons pas fait grand-chose depuis.

• (1715)

L'hon. Brenda Chamberlain: Blair Dickerson—une dame qui, je crois, a travaillé pour vous à un moment donné—a fait un travail de titan dans la ville de Guelph. Elle s'est attaquée sans relâche au problème du SAF, et j'aurais beaucoup de mal à accepter qu'un tel programme soit abandonné au profit d'une étiquette de mise en garde. Je doute énormément que l'argent serait mieux dépensé ainsi.

Merci.

La présidente: Merci, madame Chamberlain.

Je donne maintenant la parole à Mme Demers.

[Français]

Mme Nicole Demers (Laval, BQ): Merci, madame la présidente.

Merci d'être ici aujourd'hui. Ma question s'adresse à Mme Bas.

Vous avez dit plus tôt qu'avant de légiférer, nous devrions peut-être attendre d'avoir en main les résultats d'une étude réalisée présentement à Santé Canada par des collègues et différentes personnalités.

Quand prévoit-on avoir terminé cette étude? Est-ce qu'elle prend également en considération le syndrome de l'alcoolisme foetal? Est-ce que cette étude devrait normalement déboucher sur une stratégie globale concernant la consommation d'alcool?

[Traduction]

Mme Vicki Bas: Madame Demers, je ne crois pas que je peux répondre entièrement à cette question. Je crois que les représentants de Santé Canada et du Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies seraient mieux placés que moi pour répondre à cette question, parce qu'ils contrôlent l'échéancier. J'ose espérer qu'ils agiront aussi rapidement que possible, mais en tenant compte aussi de la recherche scientifique et en se donnant suffisamment de temps pour recueillir toutes les données.

[Français]

Mme Nicole Demers: Combien de réunions avez-vous tenues depuis le début de ce processus?

[Traduction]

Mme Vicki Bas: En 2003, un financement a été accordé par Santé Canada, ou par le ministre de la Santé. Depuis ce temps, je crois qu'il y a eu une année de consultations dans toutes les régions du pays. Nous y avons participé en octobre et novembre 2004, et on en est maintenant aux dernières étapes. Au début, nous avions une stratégie globale et nous avançons maintenant dans des domaines plus précis, comme le syndrome d'alcoolisme foetal, l'alcool, les jeunes, etc.

[Français]

Mme Nicole Demers: Merci.

Monsieur Raymond, combien d'argent la compagnie Molson investit-elle chaque année dans votre programme?

[Traduction]

M. Justin Raymond: Environ 200 000 \$. Je dirige l'entreprise principalement grâce à cette commandite. Nous recevons aussi une petite somme d'argent des restaurants et des bars qui participent à notre programme Smart Call partout au pays. Ce revenu est plus modeste, mais il est très important pour l'avancement de notre entreprise.

[Français]

Mme Nicole Demers: Merci.

Merci, madame la présidente.

[Traduction]

La présidente: Merci, madame.

Monsieur Tonks.

M. Alan Tonks (York-Sud—Weston): Merci, madame la présidente.

D'abord, j'aimerais reprendre les propos de M. Lunney et dire que nous sommes ravis de constater que l'industrie prend au sérieux le syndrome d'alcoolisme foetal, l'alcoolisme, la conduite en état d'ébriété, etc. L'industrie s'attaque à ces problèmes de façon proactive et, au nom de tous les membres du comité, peu importe les questions que nous pourrions poser, je ne voudrais pas que l'on s'éloigne de ce message essentiel.

J'aimerais me concentrer sur les programmes proactifs dont M. Sleeman a parlé. Il y a une légère contradiction. J'ai deux questions, alors j'aimerais que vous répondiez très rapidement.

Il semble y avoir une contradiction dans ce que vous avez dit. Vous avez mentionné que 100 millions de dollars avaient été injectés dans ces programmes au cours des 20 dernières années, puis j'ai cet autre témoignage qui dit que 100 millions de dollars ont été injectés au cours des 10 dernières années. Pouvez-vous clarifier cela? Combien d'argent est injecté, à votre connaissance?

M. Howard Collins: C'était 100 millions de dollars sur 10 ans et 120 millions de dollars sur 20 ans. Il a fallu beaucoup d'argent au début, lorsque nous avons entrepris de lancer ces programmes.

• (1720)

M. Alan Tonks: D'accord.

M. Raymond et d'autres ont parlé d'un exemple typique de réaction que soulève ce genre d'enjeux sociaux, c'est-à-dire l'alcoolisme et les incidences médicales liées au syndrome d'alcoolisme foetal. Je crois que le porte-parole de TAXIGUY a dit que ce modèle est dépassé, qu'il vaudrait mieux s'attaquer aux vrais problèmes en s'adressant directement aux instances médicales s'il s'agit du syndrome d'alcoolisme foetal, en plaçant des affiches dans les salles d'examen et en mettant sur pied des programmes de rééducation ou de thérapie pour s'occuper du faible pourcentage de personnes qui courent ce risque particulier durant la grossesse ou qui suivent une thérapie par l'entremise des Alcoolistes anonymes et d'autres organismes qui traitent de ce problème particulier.

Il y a cette approche d'une part, et il y a aussi l'approche générale qu'on a observée à l'égard de la cigarette. Je vais la décrire en disant que la cigarette est absolument dangereuse pour votre santé, il ne fait aucun doute à cet égard. Nous avons des mises en garde sur les paquets de cigarettes et il a été mentionné—et je suis certain que mon collègue qui a proposé ce projet de loi serait d'accord—qu'il faut d'autres mesures, que la mise en garde à elle seule ne fera rien changer.

J'aimerais connaître votre réaction sur ceci. Pour la cigarette, les étiquettes de mise en garde seraient suivies d'une série d'autres mesures : il serait illégal de promouvoir un certain style de vie ou de soutenir des organisations culturelles et sportives et même des activités éducatives. Croyez-vous que votre industrie se trouve dans une situation semblable et croyez-vous que ce modèle entre dans un plan stratégique à long terme qui pourrait s'appliquer à votre industrie?

M. John Sleeman: Au nom des brasseries, je crois qu'il y a un problème fondamental ici. La cigarette tue, mais les boissons alcoolisées ne tuent pas à moins d'être consommées de façon irresponsable. Que vous fassiez un usage raisonnable ou déraisonnable de la cigarette, elle vous causera du tort.

Nous voulons faire en sorte que les consommateurs de nos produits reçoivent les mises en garde dont ils ont besoin à propos de leur mauvaise utilisation. Nous croyons que les étiquettes ne sont pas utiles à cette fin. Nous osons espérer que le gouvernement canadien et les gouvernements provinciaux ne croient pas qu'il convient de limiter une entreprise ou un groupe d'entreprises qui sont surtaxées et dont les produits ont des effets bénéfiques sur la santé, en les empêchant d'annoncer leurs produits et d'agir comme des citoyens corporatifs responsables. Nous ne voulons pas être traités comme l'industrie du tabac, parce que nous croyons être différents.

La présidente: Merci, monsieur Tonks.

M. Alan Tonks: Merci beaucoup.

La présidente: Je crois que nous pouvons donner un peu de temps à M. Carrie, mais auparavant, j'aimerais préciser que d'autres membres n'auront pas la chance d'intervenir parce que nous allons devoir quitter très bientôt pour aller voter. C'est pour cette raison que nous entendons cette sonnerie. Je dois donc vous demander ceci : si nous vous avons posé des questions que nous croyons être sans réponse, vous engagez-vous à nous envoyer vos réponses par écrit?

Merci beaucoup. Je vois qu'on est d'accord. Le comité discutera de la façon dont nous allons procéder.

Monsieur Carrie, vous êtes le dernier intervenant.

M. Colin Carrie (Oshawa, PCC): Questions éclaircs.

À la page 7 du document des brasseurs, on parle d'un sondage réalisé par Ipsos-Reid. Je suis heureux de constater que 99 p. 100 des femmes sont sensibilisées aux problèmes associés à la consommation d'alcool, mais je me demandais si d'autres questions avaient été posées. A-t-on demandé aux femmes, dans le cadre de ce sondage ou autrement, quelles seraient, selon elles, les meilleures stratégies pour prévenir le syndrome d'alcoolisme foetal? Y avait-il autres choses dans ce sondage?

M. Howard Collins: Ces questions ont été posées, et 53 p. 100 des femmes ont répondu vouloir un programme de sensibilisation, qui serait confié aux médecins, pour parler du syndrome d'alcoolisme foetal, 28 p. 100 ont répondu que la télévision et les campagnes de publicité seraient efficaces, et moins d'une femme sur six serait en faveur d'une étiquette de mise en garde. La plupart préféreraient les conseils médicaux.

M. Colin Carrie: Je remarque que vous travaillez en partenariat avec le gouvernement et je me demandais s'il y avait des partenariats maintenant avec l'association médicale ou d'autres, et qui paie pour ces programmes. Le financement vient-il seulement de votre poche?

• (1725)

M. Howard Collins: Ce que nous avons fait avec Santé Canada, c'était un programme conjoint avec le Collège des médecins de famille du Canada visant à mettre sur pied le programme d'intervention et d'évaluation des risques associés à la consommation d'alcool, qui comprenait un volet sur le SAF. Ce programme a permis de donner aux médecins le matériel dont ils avaient besoin, les outils dont ils avaient besoin pour pouvoir détecter très tôt les personnes aux prises avec un problème de consommation d'alcool.

M. Colin Carrie: Ma prochaine question concerne les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon. Le programme d'étiquetage existe là-bas depuis un certain temps. M. Szabo nous a montré que l'étiquette est apposée au point de vente; on ne fait que mettre la petite étiquette sur le produit. Je vois, monsieur Tremblay, que l'étiquette que nous proposons semble beaucoup plus grande. Je me demande qui paie la note de l'étiquetage au point de vente? Devez-vous assumer ces coûts également?

Mme Laura Urtnowski: Je me suis entretenue avec les gens des Territoires du Nord-Ouest et, dans le cas de la bière, l'étiquette n'est pas apposée sur la bouteille, mais bien sur le carton.

M. Colin Carrie: Vraiment?

Mme Laura Urtnowski: Oui.

M. Howard Collins: Le coût est assumé par la commission des alcools et donc par le gouvernement territorial.

M. Colin Carrie: Je m'inquiète à propos des micro-brasseries. Nous ne souhaitons certainement pas la fermeture d'une entreprise. Serait-ce une meilleure solution pour vous si on demandait que ces étiquettes soient apposées au point de vente?

Mme Teresa Cascioli: Le gouvernement de l'Ontario est un peu différent. Nous payons tout ce qui est fait, que ce soit dans l'allée du fond, sur la tablette du haut ou du bas. C'est nous qui payons toutes les manipulations faites par la LCBO. Si vous voulez essayer de contourner ce problème, je vous souhaite bonne chance.

M. Colin Carrie: Ce n'est donc pas la bonne solution à l'heure actuelle?

Mme Teresa Cascioli: À l'heure actuelle, nous payons tout cela.

Mme Laura Urtnowski: Au Québec, c'est le petit dépanneur du coin qui aurait à le faire.

M. Colin Carrie: D'accord, c'est tout.

Merci beaucoup.

La présidente: Je tiens à vous remercier énormément au nom des membres du comité. Je vous prie d'excuser leur départ précipité, mais ils courent maintenant dans le corridor parce que nous avons, je crois, trois minutes pour nous rendre à la Chambre. Alors, merci beaucoup.

Je veux rappeler à mes collègues qui sont encore ici de dire aux autres membres de l'opposition que nous devons nous réunir demain à 10 h 45, et non à 11 h, à la pièce 209 de l'édifice de l'Ouest. Vous recevrez un avis, mais vous devez retenir qu'il faut être présent à 10 h 45. Nous avons certaines affaires à régler avant d'accueillir les témoins.

La séance est levée.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

Aussi disponible sur le réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

Also available on the Parliamentary Internet Parlementaire at the following address:

<http://www.parl.gc.ca>

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.