

# MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DE L'INNOVATION – QUÉBEC

Les défis de l'entrepreneuriat rural  
2022-2025

Par

Tony Carpinteri

Artisan vigneron, Vignoble Carpinteri  
Saint-Ulric, Québec

Mémoire présenté à Monsieur le Ministre Pierre Fitzgibbon  
en vue du  
Plan d'action en entrepreneuriat 2022-2025

à Saint-Ulric le 9 septembre 2021

© Tony Carpinteri – Vignoble Carpinteri Saint-Ulric Québec

## **Remerciements**

Je tiens à remercier Économie et Innovation – Québec qui me lançait une invitation, par courriel le 11 août, à soumettre mes idées dans le cadre de la démarche de consultation en vue d'élaborer le prochain Plan d'action en entrepreneuriat 2022-2025.

Je veux aussi souligner que j'apprécie au plus haut point cette opportunité que vous m'accordez de m'exprimer sur des sujets qui font partie de ma réalité quotidienne.

## Le résumé

Je vous présente ci-après le point de vue d'un artisan vigneron qui exploite en région une culture artisanale de fabrication et de commercialisation de produits vinicoles.

Retraité en 2004 de la plus importante entreprise agro-alimentaire de la Gaspésie, Les Cuisines Gaspésiennes Ltée, j'ai acheté une ancienne fraisière située à Saint-Ulric avec comme objectif d'y installer un vignoble, le micro climat permettant la culture de la vigne selon mes recherches.

Contre toute attente et malgré le scepticisme généralisé de voir un vignoble s'installer en Gaspésie, j'ai non seulement réussi mon projet et atteint mon objectif, j'ai démontré qu'il est possible année après année de développer et contribuer à l'économie et à la création d'emplois en Gaspésie.

En 2021, le Vignoble Carpinteri est reconnu pour la qualité et la variété des produits provenant de ses vignes. Le Vignoble est aussi régulièrement et fréquemment référencé à titre de précurseur et d'ardent promoteur de l'agrotourisme en Gaspésie. L'achalandage toujours en croissance au vignoble en fait un des sites les plus visités par les touristes depuis plus d'une dizaine d'années.

Ce mémoire a pour mission de vous faire connaître la position actuelle d'un artisan vigneron qui se heurte à des irritants, des pratiques ou des directives qui sont des obstacles à l'exploitation et au développement de mon entreprise rurale qui se situe à 390 km de la Capitale et 617 km de la Métropole.

Le défi que je relève dans ce document consiste à vous faire comprendre, à vous faire apprécier et à vous faire considérer la spécificité des défis et l'impact des obstacles auxquels une entreprise rurale doit faire face dans son exploitation et surtout sa commercialisation ce qui selon moi est de plus en plus vital pour sa pérennité.

Qui plus est, le Plan d'action que vous entendez développer semble vouloir focaliser sur la création de nouvelles entreprises, le transfert d'entreprises, le développement de l'entrepreneuriat et les entreprises en démarrage.

Le Plan d'action 2022-2025 ne doit pas écarter ni ignorer les PME et les artisans entrepreneurs existants qui constituent la colonne vertébrale de l'économie du Québec. Voici ma contribution.

## Table des matières

<b>1.0 - Avant propos.....</b>	<b>5</b>
<b>2.0 - Introduction.....</b>	<b>6</b>
<b>3.0 – Le contexte.....</b>	<b>7</b>
<b>4.0 – Le marché en 2022.....</b>	<b>8</b>
<b>5.0 – Les principaux défis et les obstacles.....</b>	<b>9</b>
5.1 – Mon défi actuel.....	9
5.2 – Mon opportunité.....	9
5.3 – Les obstacles.....	9
5.4 – Les réponses.....	9
5.5 – D’autres constats.....	9
<b>6.0 - Les pistes de solution.....</b>	<b>10</b>
6.1 – L’autonomie alimentaire.....	10
6.2 – L’achat local.....	10
6.3 – Main-d’œuvre.....	10
6.4 – Formation des immigrants.....	10
6.5 – Soutien aux entrepreneurs.....	11
6.6 – Les entreprises savent ce qui fonctionne.....	11
6.7 – Le soutien de l’État pour la bureaucratie.....	11
6.8 – Une campagne publicitaire promouvant l’agrotourisme.....	11
6.9 – J’offre des disponibilités.....	11
<b>7.0 - Conclusion générale.....</b>	<b>12</b>
<b>8.0 - Recommandations.....</b>	<b>13</b>
8.1 - Que l’État s’ouvre à entreprendre un processus.....	13
8.2 - Que l’État accepte d’ajouter une directive à 24.1 .....	13
8.3 - Une solution simple face aux engagements internationaux et accords de commerce.....	13
<b>À propos du Vignoble Carpinteri.....</b>	<b>14</b>

## **1.0 - Avant-propos**

La raison pour laquelle j'ai décidé de participer à votre appel de mémoires est assez personnelle. Au cours des 17 dernières années j'ai vécu des épreuves, affronté et surmonté des obstacles, subi des échecs, remporté des victoires et apprécié ma part de succès.

Un autre obstacle m'est parvenu récemment sous forme d'Avis au titulaire de permis de production artisanale m'informant de la suspension ou de la révocation potentielle de mon permis. Cet avis a été signé par Me Mélanie Charland, Avocate chez Bernatchez et Associés le 20 juillet 2021.

Le sujet, et l'enjeu de l'avis, se rapporte à la méthode de distribution et de livraison de mes produits à ma clientèle plus spécifiquement l'article 24.1 de la loi sur la société des alcools du Québec.

## 2.0 - Introduction

Plusieurs organisations (CTAQ, TVA, Journal de Québec, La Voix de l'Est, Info Dimanche, Narcity, Uber Eats, etc.) ont déjà affirmé publiquement que l'Article 24.1 de la loi sur la société des alcools du Québec devrait être adaptée, corrigée ou simplement modifiée par l'ajout d'un règlement qui faciliterait la commercialisation des produits des artisans pour le bénéfice de leurs clientèles.

Or, à ce jour, l'État et ses représentants, ceux qui sont en position d'autorité, refusent de convenir et d'accepter qu'un changement est nécessaire pour assurer la pérennité des artisans détenteurs de permis en région.

Je n'ai pas l'intention de répéter ce qui a été maintes fois étalé comme argumentation en faveur d'un changement.

Je vais plutôt vous présenter le point de vue d'un entrepreneur rural dédié qui s'efforce de constamment innover pour survivre et réussir.

Et pourquoi cet entrepreneur devra dorénavant adapter sa commercialisation s'il entend réussir et poursuivre sa croissance.

La commercialisation est le principal vecteur de succès pour les entrepreneurs actuels et nouveaux, et ceux qui vont se lancer en affaires.

La livraison de mes produits par des tiers ou des intermédiaires (Postes Canada, Purolator, UPS, Dicom, Nationex ou autres services de transporteurs de colis) est indispensable au modèle de commercialisation de 2021 afin de garantir mon succès dans le marché actuel.

L'économie et les emplois dans ma région sont les principaux enjeux de cette démarche.

### 3.0 - Le contexte

Le contexte de la commercialisation d'un produit a beaucoup changé au cours des dernières années et s'est modifié radicalement depuis le printemps 2020.

Depuis plus d'une décennie, les détaillants livrent une bataille inégale contre les géants GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft) auxquels se sont ajoutés récemment (Twitter, Instagram et des milliers d'applications mobiles) pour capter une portion de l'argent discrétionnaire disponible dans le porte-monnaie du consommateur.

Jusqu'au tournant du siècle, le point de vente du détaillant avec pignon sur rue suffisait à générer les ventes nécessaires pour assurer la viabilité de son commerce.

Depuis l'an 2000, on ne peut imaginer l'exploitation d'un commerce sans la mise en ligne d'un site web (vitrine virtuelle) offrant une proposition différenciée à la clientèle potentielle.

En 2005, Facebook et Twitter ont été créés. Des dizaines de médias sociaux ont suivi cette vague et la publicité numérique est née. Elle capte en 2021 plus de 80% des dépenses publicitaires des annonceurs.

La publicité numérique a changé le modèle de commercialisation du détaillant. Non seulement celui-ci doit déployer un site web qui s'amarre aux algorithmes des engins de recherche numériques, le détaillant de 2020 doit posséder un site web transactionnel s'il souhaite capter sa part de marché.

Sans oublier que le détaillant doit affronter la concurrence féroce et éminemment puissante des grandes marques de la distribution (WalMart, Costco, et autres).

Donc, pour survivre dans le contexte actuel, un artisan vigneron situé à Saint-Ulric Québec doit posséder une boutique en ligne qu'il commercialise avec de la publicité numérique pour rejoindre sa clientèle actuelle et potentielle. Qui plus est, il doit livrer rapidement ses produits au domicile de son client et ce, partout au Québec.

Le problème actuel de cet artisan vigneron est le suivant :

Me Charland de Bernatchez et Associés pour le compte de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec menace de révoquer le permis de l'artisan vigneron s'il fait livrer par un tiers ou un intermédiaire une commande en ligne d'un client.

## 4.0 - Le marché en 2022

Toutes les organisations s'entendent pour dire que le commerce ou l'échange qui s'effectue entre le détaillant et son client passe de plus en plus par une transaction en ligne qui inclut la livraison de la marchandise par des tiers, en très grande majorité.

Le site SAQ.com est un exemple éloquent de cette réalité, en croissance fulgurante depuis le printemps 2020. SAQ.com utilise Postes Canada pour sa livraison.

Amazon a été l'instigateur de ce modèle de distribution en 1995 et il a cru exponentiellement depuis. Ce modèle se reproduit à travers le monde dont Alibaba fondé en 1999 en Asie qui a choisi le même modèle.

À chaque jour, des services de transporteurs de colis se développent pour répondre aux besoins du marché qui a effectué le virage du nouveau modèle via l'achat en ligne, sur une boutique en ligne ou un site web transactionnel pour une livraison directe à domicile.

Le printemps 2020 est un exemple parfait qui démontre que le nouveau modèle en ligne est efficace. Le confinement, le télétravail, l'épicerie en ligne, les cadeaux des Fêtes et dans le milieu des affaires, les réunions en ligne, les présentations virtuelles ont prouvé la valeur et la nécessité du modèle.

Demain, à l'automne 2021, les travailleurs seront plus nombreux à travailler de la maison, plusieurs d'entre eux auront des horaires partagés, les organisations auront besoin de moins d'espaces bureaux, commerciaux ou d'entreposage. Le nouveau modèle de commercialisation est là pour rester et il va continuer de se développer.

Ceci n'est que le début du grand changement numérique qui sera déployé prochainement avec l'intégration prévisible de la robotisation et de l'intelligence artificielle (AI). Nos vies vont changer.



## **5.0 - Les principaux défis et les obstacles**

5.1 - Mon défi actuel est le suivant :

Me Charland de Bernatchez et Associés pour le compte de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec menace de révoquer mon permis d'artisan vigneron si je fais livrer par un tiers ou un intermédiaire une commande en ligne d'un client.

5.2 - Mon opportunité, pour la survie de mon entreprise dans le contexte et le marché de 2022, consiste à :

Être suffisamment persuasif et convainquant qu'un changement de règlement peut régler à très peu de frais et sans complications le problème.

5.3 - Les obstacles qui doivent être surmontés sont :

Les préjugés envers les entrepreneurs. Ceux qui tendent à diminuer leur capacité à bien gérer l'innovation, le développement, les demandes des consommateurs, les pratiques et les règlements.

Les attitudes et les comportements des employés de l'État qui ont de la difficulté à mettre en application des directives, à comprendre le point de vue de l'entrepreneur ou la volonté et la vision des élus qui prennent en charge les ministères.

5.4 - Les réponses que je dois trouver sont les suivantes :

Pour quelle(s) raison(s) en 2022 un artisan vigneron de Saint-Ulric ne peut faire appel à Postes Canada ou un autre transporteur de colis pour faire livrer ses produits achetés à sa boutique en ligne à un client situé sur la rue Saint-Viateur à Québec ?

Pour quelle(s) raison(s) est-il impossible de faire un simple règlement annexé à l'Article 24.1 de la loi sur les alcools du Québec permettant la livraison par un tiers ou un intermédiaire à compter de 2022 ? Toutes les organisations le font. Peut-on imaginer un nouveau règlement ?

5.5 - D'autres constats contribuent à mon questionnement :

Une entreprise située à Winnipeg, Willow Park Wines & Spirits, offre la livraison à domicile, à Québec, de spiritueux et de vins avec Postes Canada.

Les restaurants du Québec peuvent faire livrer par des tiers des alcools et des vins en accompagnement à leurs repas.

## **6.0 - Les pistes de solution**

L'année 2020 a apporté son lot de réflexion, de prise de conscience et de changements à prévoir.

### **6.1 - L'autonomie alimentaire**

Monsieur le premier ministre François Legault évoquait récemment le besoin fondamental de l'autonomie alimentaire, de la revoir, de la corriger afin de contribuer à l'ajout d'emplois de qualité bien rémunérés.

Les viticulteurs qualifiés font partie de la solution.

### **6.2 - L'achat local**

Plusieurs programmes sont en développement (Panier Bleu) ou en voie d'être mis en application pour favoriser l'achat local, la revitalisation des commerces de centre-ville de petites municipalités, l'achat à la ferme, chez le producteur.

Les vignobles peuvent agir et développer davantage l'agrotourisme au Québec : Les visites, dégustations, vente de produits et aussi, l'hébergement et la restauration.

### **6.3 - Main d'œuvre**

L'accueil, la formation et la mobilisation d'une main-d'œuvre spécialisée et permanente qui viendra remplacer le travailleur saisonnier, à temps partiel.

À titre d'exemple, des viticulteurs provenant majoritairement de l'étranger pourraient contribuer significativement au développement de mon vignoble.

Pour réussir à embaucher ce genre de compétences, il y a actuellement des obstacles qui empêchent cette solution.

### **6.4 - Formation des immigrants**

L'État n'accepte pas de délivrer des permis à des immigrants qui ne parlent pas couramment français. Provenant de l'Italie, de l'Espagne ou du Portugal, tous sont refusés.

Or, apprendre le français en travaillant dans un vignoble de la Gaspésie, de Lanaudière ou de l'Estrie, ça peut se faire.

## **Les pistes de solution (suite)**

### **6.5 - Soutien aux entrepreneurs**

Les entrepreneurs n'ont pas besoin de plus de règlements, de plus de formulaires à compléter, de nouvelles règles ou procédures pour tenir l'État informé de la situation.

Les entrepreneurs n'ont pas besoin d'être réprimandés, révoqués ou menacé ni même ordonnés d'agir.

### **6.6 - Les entrepreneurs savent ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.**

Leur jugement l'a prouvé puisqu'ils ont survécu à l'épreuve du temps. La majorité des nouvelles entreprises ne dépassent pas leur septième année d'existence.

### **6.7 - Le soutien de l'État pour la bureaucratie**

L'État, avec des ressources réaffectées, pourrait prendre en charge en direct et en temps réel, la technologie le permet, la préparation des formulaires obligatoires, des rapports exigés, des suivis à effectuer, la transmission aux divers départements concernés etc.

L'entrepreneur n'aurait qu'à autoriser et signer l'information consignée par des fonctionnaires, aptes et formés par l'État, à cerner l'information et habile à compléter les formulaires.

### **6.8 - Une campagne publicitaire promouvant l'agrotourisme**

L'État pourrait, en collaboration avec un comité consultatif composé d'artisans vignerons entre autres, planifier, créer et diffuser des campagnes saisonnières, printemps et automne, pour stimuler l'agrotourisme dont la visite et l'achat local dans les vignobles du Québec.

### **6.9 - J'offre des disponibilités**

Je suis prêt à vous offrir des disponibilités pour faire partie de panels ou de comités que vous formerez sur le sujet. J'offre aussi aux représentants de l'État de venir passer du temps à notre propriété, de rencontrer nos loyaux employés, de discuter avec nos clients sur place et si désiré, prendre un bon verre de vin de la Gaspésie.

Il n'y a rien de mieux que de voir sur place.

## 7.0 - Conclusion générale

Les représentants de l'État exigent le maintien du règlement 24.1 de la loi sur les alcools du Québec tel qu'il est.

Leur principal argument consiste à maintenir la règle ou la directive telle qu'elle a été créée en 1986 et ajustée en 1988, puis révisée en 1996, 1997, 2016 et 2020.

Appelée à prendre position sur cette situation par Monsieur le Député Pascal Bérubé, Madame Frédérique Simard Conseillère politique de Madame la Vice-Première Ministre affirmait dans un courriel daté du 26 juillet 2021:

1. « ... Permettre la livraison par un tiers pour ces fabricants nécessiterait des modifications législatives à la Loi sur la Société des alcools du Québec. ... .... En d'autres termes, la modification doit se faire en collaboration avec les trois ministères; »
- 2.
3. « Certains enjeux relatifs aux accords de commerce sont aussi à prévoir. Effectivement, le Québec s'est toujours opposé à l'instauration de la « livraison directe aux consommateurs » principalement parce que cette pratique contreviendrait à nos engagements internationaux. ... ... »

« Bref, la question de la livraison par un tiers est assez complexe, mais elle pourra assurément être discutée lors du comité interministériel sur la refonte de la Loi sur la Société des alcools du Québec. Ce comité regroupe tous les partenaires impliqués et permettra d'ouvrir la discussion sur les enjeux et les impacts de telles modifications. »

## 8.0 - Recommandations

La population, la vie, le marché, les consommateurs, les attitudes et les comportements ont changé au cours des dernières années. Et à vitesse grand V depuis le printemps 2020.

Mes recommandations pour le Plan d'action 2022-2025 :

8.1 - Que l'État prenne acte que le changement a eu lieu et s'ouvre à entreprendre un processus qui permettra de discuter et de solutionner la problématique de la livraison par des tiers ou des intermédiaires le tout en rapport avec l'Article 24.1 de la loi sur les alcools du Québec.

8.2 - Que l'État rédige et accepte l'insertion et l'ajout à l'Article 24.1 d'une brève directive permettant la livraison par des tiers ou des intermédiaires, facilitant ainsi le commerce des artisans vignerons du Québec, sans pour autant négliger ni limiter les artisans brasseurs, artisans pomiculteurs et artisans acériculteurs.

8.3 - En ce qui concerne l'évocation récente de l'enjeu des engagements internationaux relatifs aux accords de commerce, je propose une solution que l'État pourra convenir et mettre en application facilement :

Obliger toutes les organisations désirant avoir accès au marché des artisans vignerons du Québec d'être membres de l'UPA pour avoir le droit de vendre et distribuer leurs produits.

### **À propos du Vignoble Carpinteri**

Fondée en 2004 par Tony Carpinteri, l'entreprise familiale du Vignoble Carpinteri Inc est détentrice du permis d'artisan vigneron AV-069, membre de l'UPA, du MAPAQ et de l'Association des vignerons indépendants du Québec.

Située au 3141 chemin du Pont Couvert à Saint-Ulric. Elle compte sur une équipe dédiée de 40 personnes qui accueille au-delà de 80 000 visiteurs annuellement. Les installations et les infrastructures permanentes constituent un attrait majeur favorisant l'agrotourisme en Gaspésie. Sa réputation et sa renommée dépasse largement les frontières, au grand plaisir et à la satisfaction de la Famille Carpinteri.