45, rue O'Connor, suite 650
Ottawa (Ontario)
K1P 1A4

Luke Chapman
Président par intérim

☎1.613.552.8479
✉lchapman@beercanada.com

PAR COURRIEL

19 août 2020

Division de la politique commerciale internationale
Ministère des Finances
90, rue Elgin, Ottawa (Ontario) K1A 0G5
Fin.tariff-tarif.fin@canada.ca

Objet : Avis d'intention d'imposer des contre-mesures contre les États-Unis

Les brasseurs canadiens exhortent le gouvernement du Canada à exclure les canettes de bière en aluminium importées des États-Unis sous les codes tarifaires 7612.90.91 et 7612.90.99 de sa liste proposée de mesures de représailles. Tout en reconnaissant que le gouvernement réagit à une situation dont il n'est pas responsable. Ceci dit, un contre-tarif sur les canettes de bière aurait une incidence sur la totalité des 1 100 brasseries du Canada. De fait, en raison de l'incidence inévitable et négative sur l'industrie, le gouvernement du Canada avait, en 2018, accordé des mesures d'allègement ciblées aux contre-mesures du Canada, la plupart des canettes de bière importées des États-Unis n'étant plus assujetties aux tarifs de représailles. Malheureusement, la réalité est que ces tarifs de représailles n'ont aucune incidence sur les fabricants de canettes américains et ne font que nuire aux producteurs de boissons canadiens puisqu'aucune autre source d'approvisionnement n'est disponible.

La plupart des brasseurs canadiens comptent sur des fabricants des deux côtés de la frontière pour s'approvisionner en canettes, et certaines tailles, en particulier la canette de 473 ml, sont ***uniquement*** fabriquées aux États-Unis. Les ventes de bière dans des canettes de 473 ml ont augmenté de 81 % depuis 2014 et un grand nombre des 1 100 brasseries canadiennes ont fait des investissements importants pour conditionner de grands volumes de bière dans des contenants de cette taille. Les tarifs américains sur l'aluminium canadien feront augmenter à eux seuls le coût des canettes de bière, tandis que les tarifs de représailles du Canada ne feront que compliquer une situation déjà difficile sur le plan des coûts. Un tarif de 10 % sur les canettes de bière accaparerait environ 20 millions de dollars des liquidités des brasseurs chaque année et ferait augmenter le coût de la bière pour les Canadiens et les entreprises des secteurs de l'accueil et du tourisme qui peinent à se relever de la COVID-19.

La COVID-19 a eu une profonde incidence sur le marché canadien de la bière qui a vu les ventes de bière diminuer et les coûts de production augmenter, et qui a eu de la difficulté en raison de l'élimination temporaire et de la réduction continue des ventes de bière en fût dans les restaurants, les bars et les débits de boissons ainsi que de l'annulation d'événements publics comme des concerts, des festivals et

des sports. En raison de ces changements sur le marché, les brasseurs canadiens on dû passer à une part plus élevée que prévue de leurs ventes de bière dans des canettes. En conséquence, l'approvisionnement en canettes d'aluminium au Canada est extrêmement serré, comme l'ont largement diffusé les médias. Un tarif de 10 % sur ce genre d'emballage ajoute aux coûts de production déjà plus élevés que les brasseurs ont dû assumer pour s'adapter aux changements dans la façon de conditionner et de vendre la bière.

En 2019, les brasseurs canadiens ont acheté plus de 3 milliards de canettes de bière de différentes tailles. Les canettes représentent 65 % des ventes totales de bière au Canada, une augmentation de 15 % par rapport à 2014. Le tableau 1 illustre les tailles de canettes les plus populaires ainsi que les ventes totales par taille en 2019.

Tableau 1 : Ventes de bière canadiennes en 2019 selon la taille de la canette

Taille de la canette	**Nombre total de canettes individuelles vendues**
355 ml	2,5 milliards
473 ml	590,2 millions
500 ml	191,3 millions
>500 ml	173,4 millions
330 ml	21,7 millions

Au cours des dernières années, la part de la bière du marché des boissons alcoolisées du Canada a fléchi tandis que celle des produits à plus forte concentration d'alcool, en particulier le vin et les spiritueux, a augmenté. Tant le vin que les spiritueux sont conditionnés presque exclusivement dans des bouteilles de verre et, par conséquent, ne subiraient pas l'incidence de la liste proposée de contre-mesures que le gouvernement envisage. Les brasseurs canadiens seraient désavantagés sur le plan de la concurrence par rapport aux autres producteurs de boissons alcoolisées du Canada et à la bière fabriquée à l'étranger qui continuerait d'être importée au Canada dans des canettes de bière en aluminium en franchise de droits tarifaires.

Nous reconnaissons et nous appuyons la nécessité pour le gouvernement d'imposer des contre-mesures en réponse à l'imposition de tarifs par les États-Unis sur l'aluminium. Cependant, le gouvernement devrait chercher des produits américains à assujettir à des tarifs et pour lesquels les entreprises canadiennes peuvent trouver des fournisseurs non américains auprès de qui elles peuvent s'approvisionner. À l'heure actuelle, il n'existe aucun fournisseur autre que les États-Unis pour approvisionner nos brasseurs en canettes d'aluminium en assez grand volume pour répondre à la demande du marché et la COVID-19 n'a fait qu'empirer les choses en raison des changements qu'elle a provoqués.

En terminant, les canettes de bière doivent être exclues de la liste des contre-mesures du Canada afin d'éviter d'autres répercussions négatives sur l'industrie brassicole canadienne et les nombreuses entreprises des secteurs de l'accueil, du tourisme et de l'agriculture qui y sont étroitement liées. Choisir de ne pas exclure les canettes de bière nuira aux brasseurs et ralentira davantage la reprise économique des entreprises en difficulté qui comptent sur la vente de bière.

Nous sommes reconnaissants d'avoir l'occasion de contribuer à ce processus et nous sommes à votre disposition pour vous fournir de plus amples renseignements au besoin.

Cordialement,

CC :

L'honorable Navdeep Bains, c.p., député, ministre de l'Innovation, des Sciences et de l'Industrie
L'honorable Marie-Claude Bibeau, c.p., députée, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire
L'honorable Chrystia Freeland, députée, vice-première ministre, député, ministre des Finances
L'honorable Mélanie Joly, ministre du Développement économique et des Langues officielles
L'honorable Dominic LeBlanc, ministre des Affaires intergouvernementales
L'honorable Mary Ng, ministre de la Petite Entreprise, de la Promotion des exportations et du Commerce international
Jeremy Broadhurst, chef de cabinet, vice-première ministre
Brian Clow, gestion des enjeux et affaires parlementaires et relations États-Unis-Canada, bureau du Premier ministre
Ryan Dunn, chef de cabinet, ministre de l'Innovation, des Sciences et de l'Industrie
Jason Easton, chef de cabinet, ministre de la Petite Entreprise, de la Promotion des exportations et du Commerce international
Ian Foucher, conseiller spécial, ministre des Finances
Christiane Fox, Sous-ministre, Affaires intergouvernementales
Peter Fragiskatos, député, London Centre
Jérémy Gauthier, directeur des politiques, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire
Michèle Govier, Directeur principal, Division de la politique commerciale internationale, Finances Canada
Dan Lauzon, chef de cabinet du ministre du Développement économique et des Langues officielles
Tyler Meredith, directeur des politiques, ministre des Finances
Alison Porter, chef de cabinet, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire
Paul Rochon, Sous-ministre, Finances