

Démarrer une brasserie artisanale en Ontario

Publication 857F



Remerciements

La Direction du développement des entreprises du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario remercie toutes les personnes qui ont contribué au présent document, tout aussi bien à la fonction publique de l'Ontario que dans le secteur de la brasserie artisanale de l'Ontario. Ils sont trop nombreux pour que l'on puisse tous les mentionner ici. Toutefois, leur aide et leurs conseils sont grandement appréciés.

Avis d'exonération de responsabilité

Contenu

Le présent document est offert à titre de service public. Bien que nous ayons fait tous les efforts raisonnables pour présenter des renseignements à jour et exacts, nous ne pouvons pas en garantir l'exactitude. Il est conseillé aux lecteurs de vérifier l'information avant d'agir.

Liens externes

De nombreux sites Web ayant des hyperliens avec le présent document sont gérés ou ont été créés par ou pour des organismes qui ne sont pas associés au gouvernement de l'Ontario. Ces organismes sont seuls responsables de la gestion de leur site Web respectif et des renseignements qui s'y trouvent (y compris du droit d'afficher ces renseignements). Les hyperliens entre ce site et d'autres n'impliquent, de la part du gouvernement de l'Ontario, aucune recommandation ni aucune garantie concernant l'un ou l'autre des organismes concernés ou les renseignements (y compris le droit d'afficher ces renseignements) qui se trouvent sur leur site Web respectif.

Le gouvernement de l'Ontario n'est responsable en aucune manière des liens avec ces sites Web, de leur gestion ou de leur contenu (y compris le droit d'afficher ces renseignements), ni des renseignements, de l'interprétation, des

commentaires ou des opinions exprimés sur ces sites Web. Pour tout commentaire ou toute question concernant un site Web dont l'hyperlien est indiqué dans le présent guide, veuillez vous adresser à l'organisme qui exploite ce site Web.

Renseignements :

1 877 424-1300 • ATS : 1 855 696-2811
ag.info.omafra@ontario.ca

Restez au courant des dernières nouvelles, des activités prévues et de bien d'autres choses!
Suivez-nous sur Twitter : @OMAFRA

Publié par le ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et des Affaires rurales
© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2018
Toronto, Canada
ISSN 2561-4843 (Imprimé)
ISSN 2561-486X (En ligne)

Pour obtenir des exemplaires de cette publication
ou de toute autre publication du MAAARO, veuillez
passer une commande :

- en ligne à ontario.ca/publications
- par téléphone, auprès du Centre de service de ServiceOntario du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 17 h, HE, au :
 - 416 326-5300
 - 416 325-3408 (ATS)
 - 1 800 668-9938, numéro sans frais de partout au Canada
 - 1 800 268-7095, ligne ATS sans frais de l'Ontario





Introduction

Bienvenue à « *Démarrer une brasserie artisanale en Ontario* », l'une des nombreuses ressources que le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAARO) offre aux particuliers et aux entreprises qui démarrent ou qui développent une entreprise d'aliments et de boissons.

L'industrie de la brasserie artisanale est florissante, en Ontario. Depuis 2015, cette industrie a offert à plus de 1 500 personnes des emplois directement liés au secteur brassicole et à plus de 6 000 personnes des emplois indirectement liés à ce secteur (en utilisant un multiplicateur de quatre¹). En 2014-2015, les ventes de bières artisanales ontariennes de la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) ont augmenté, dépassant 69 millions de dollars, et elles ont progressé de près de 35 % en 2015-2016². Dans la catégorie « bière » de LCBO, le secteur de la bière artisanale continue d'être celui qui se développe le plus rapidement, augmentant de 20 à 30 % par année³.

Peu importe que vous fassiez vos premières armes dans l'industrie de la bière artisanale en démarrant une entreprise ou que vous envisagiez d'agrandir votre entreprise actuelle, vous trouverez dans ce guide des renseignements pour vous aider.

Nous vous souhaitons nos meilleurs vœux de succès dans la création et le développement de votre brasserie. Quels que soient vos objectifs en matière de croissance, d'investissement ou d'exportation, la Direction du développement des entreprises du MAAARO possède les connaissances, les relations et les ressources qui vous aideront à réussir.

Pour de plus amples renseignements sur la transformation des aliments et des boissons en Ontario, veuillez consulter notre site Web à ontario.ca/entrepreislealimentaire.

¹Ontario Craft Brewers (en anglais seulement) – Industry Fact Sheet, février 2017, www.ontariocraftbrewers.com/pdf/media_IndustryFactSheet.pdf. Consulté le 13 juin 2017.

²Communiqué de l'Ontario, 14 juin 2016, www.news.ontario.ca/omafra/fr/2016/06/les-gouvernements-provincial-et-federal-injectent-plus-de-16-million-de-dollars-dans-le-secteur-de-l.html. Consulté le 15 juin 2016.

³Ontario Craft Brewers (en anglais seulement) – Industry Fact Sheet, février 2017, www.ontariocraftbrewers.com/pdf/media_IndustryFactSheet.pdf. Consulté le 13 juin 2017.



Table des matières

- Feuille de route pour le démarrage d'une brasserie artisanale 1
- Section 1 : Commencez à planifier votre brasserie 3
 - Faites vos devoirs!3
 - L'écriture de votre plan d'entreprise3
 - Planifiez votre avenir.....5
 - La planification de la croissance 5
 - La planification de la relève 7
 - La stratégie de sortie 7
 - Le financement de votre brasserie.....8
 - Les dépenses variables par rapport aux frais fixes..... 9
 - Type de structure d'entreprise..... 9
 - Le nom de l'entreprise 11
 - La brasserie traditionnelle par rapport au brasseur contractuel 11
 - Options de financement 11
 - Où trouver du financement? 13
 - La mise en marché et la stratégie de marque.....14
 - Le plan de commercialisation14
 - La marque et le logo 15
 - L'étiquette 15
 - Tirez le meilleur parti de la mise en marché.....16
 - Restez à la page16
 - L'assurance des entreprises.....16
 - Où trouver un agent ou un courtier d'assurance?17
 - Comment gérer les risques.....17
 - Devenir un maître-brasseur17
 - De l'aide pour le démarrage d'une brasserie.....19
 - L'aide gouvernementale 19
 - L'aide non gouvernementale 20
 - D'autres ressources..... 22
 - Liste de contrôle22



Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux.....	23
Gouvernement fédéral.....	23
L'enregistrement de l'entreprise	23
<i>Loi sur l'accise</i>	23
Trousse de demande de licence de droits d'accise	24
Gouvernement provincial	25
L'enregistrement de l'entreprise auprès du gouvernement provincial.....	25
Le permis d'alcool des fabricants	25
L'autorisation de magasin de détail sur les lieux d'une brasserie	26
Le permis restreint de vente d'alcool (« au verre »)	26
Le permis de vente d'alcool « point de vente »	26
Le permis de prélèvement d'eau	27
La surveillance des petits réseaux d'eau potable	27
L'élimination des déchets	27
Les taxes sur la bière et les marges bénéficiaires.....	28
Le taux réduit de la taxe de base sur la bière ou de la marge bénéficiaire de LCBO sur la bière fabriquée par des microbrasseurs.....	28
Le crédit d'impôt pour les petits fabricants de bière.....	30
Administration municipale.....	31
Liste de contrôle	32
 Section 3 : Créez votre brasserie	 33
La conception d'une brasserie	33
Le plan d'étage d'une brasserie	34
Superficie en pieds carrés	34
Hauteur du plafond	35
Revêtement de sol ou finition	35
Eau	35
Drainage	35
Ventilation	35
Assurance de la qualité	36
La recherche de fournisseurs de matériel et d'ingrédients.....	36
Le matériel	36
Les ingrédients	37



L'efficacité énergétique et la gestion de l'eau	39
Le calcul du coût des marchandises vendues (CMV)	40
Le coût des matières (\$/hl)	41
Le coût de l'emballage (\$/hl)	41
Les coûts de production (\$/hl)	41
Liste de contrôle	43
Section 4 : Les exigences en matière d'emballage et d'étiquetage	45
L'emballage.....	45
Le verre.....	45
Les canettes	47
Les étiquettes	48
Les lignes directrices en matière d'étiquetage.....	50
Liste de contrôle	51
Section 5 : Options de vente au détail et de distribution	53
Brewers Retail Incorporated	53
Les options de distribution	53
Régie des alcools de l'Ontario (LCBO).....	54
Les options de distribution	55
L'autodistribution	55
Les épiceries	56
Le recyclage des contenants de boissons alcoolisées.....	56
Le Beer Store	57
L'initiative Bag it Back ou le programme de consignation de l'Ontario	57
Liste de contrôle	57
Tableau	
Tableau récapitulatif du coût des biens.....	42
Annexe A	
Définitions courantes.....	58
L'enregistrement d'une entreprise en Ontario.....	58
Conditions liées aux permis et aux licences	59



Feuille de route pour le démarrage d'une brasserie artisanale

Planification de la brasserie

Conceptualisez votre brasserie maintenant et à l'avenir, avant de prendre des engagements financiers ou d'autres engagements à long terme.

Exigences gouvernementales

Connaissez les exigences fédérales, provinciales et municipales pour démarrer et exploiter une brasserie en Ontario.

La création d'une brasserie

Concevez le plan d'étage et l'espace environnant de la brasserie. Recherchez des fournisseurs d'ingrédients et de matériel, gérez la consommation d'eau et d'énergie, et calculez le coût des marchandises vendues (CMV).

L'emballage et l'étiquetage

Réfléchissez à la taille et au type de matériaux ainsi qu'au type d'étiquette, pour l'emballage de la bière. Il vous faut également connaître les exigences fédérales et provinciales quant à la composition des étiquettes, pour la bière.

Distribution

Vous devez connaître les exigences et les attentes liées à la vente de bière au Beer Store, à LCBO, dans les épiceries, les bars, les restaurants, les bistrot-brasseries, etc., afin d'éviter les retards ou les frais inattendus.







Section 1 : Commencez à planifier votre brasserie

Faites vos devoirs!

Comme pour toutes les autres petites entreprises, le démarrage d'une brasserie artisanale exige énormément de dévouement, d'engagement, de travail et de dépenses en immobilisations. Avant de vous engager et de faire votre investissement initial, faites vos devoirs afin de déterminer si c'est une bonne idée de posséder votre petite entreprise. Le Réseau Entreprises Canada (www.entreprisescanada.ca/fr/demarrage/) offre des renseignements détaillés sur le démarrage d'entreprise.

Le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAARO) a préparé un document complet, le *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario*. Ce guide donne un aperçu général du démarrage d'une entreprise d'aliments et de boissons. Téléchargez votre exemplaire aujourd'hui à ontario.ca/entreprisealimentaire.

Démarrer une brasserie artisanale en Ontario donne des renseignements propres aux brasseurs artisanaux de l'Ontario en s'inspirant des conseils et de l'expérience d'experts de l'industrie.

Dans la présente section, vous apprendrez :

- Comment écrire votre plan d'entreprise;
- Comment financer votre brasserie;
- La mise en marché et la stratégie de marque;
- À planifier votre avenir;
- À devenir un maître-brasseur;
- Comment vous faire aider pour le démarrage d'une brasserie.

L'écriture de votre plan d'entreprise

Votre plan d'entreprise est le document le plus important que vous écrirez pour votre brasserie émergente. Il vous aidera à définir vos objectifs commerciaux et à établir votre orientation stratégique. Votre plan d'entreprise est un document évolutif; vous devrez le suivre, le consulter et le mettre à jour régulièrement.

Un bon plan d'entreprise est également essentiel pour faire une solide analyse de rentabilisation, afin de pouvoir obtenir du financement de la part des banques, des établissements de crédit, des investisseurs et des programmes gouvernementaux.



La rédaction du plan d'entreprise d'une brasserie émergente nécessite énormément de recherches. Plus vous ferez de recherches, plus vous connaîtrez le processus et les exigences, mieux vous serez préparé ou préparée à gérer les circonstances imprévisibles.

Les plans d'entreprise se présentent sous diverses formes et sont plus ou moins longs, mais ils contiennent tous les mêmes renseignements de base. Voici une liste d'organismes et de sites Web qui vous procureront des renseignements utiles pour vos recherches et l'écriture de votre plan d'entreprise :

- Banque de développement du Canada : Modèle de plan d'affaires – www.bdc.ca/fr/articles-outils/boite-outils-entrepreneur/gabarits-documents-guides-affaires/pages/modele-plan-affaires.aspx;
- Logiciel de planification des affaires (en anglais seulement) – www.liveplan.com/ et www.businessplanpro.com/;
- Réseau Entreprises Canada – www.entreprisescanada.ca/fr/planification/a-quoi-sert-le-plan-daffaires/;
- CIBC : Votre guide de planification d'entreprise – www.cibc.com/fr/small-business/advice-centre/business-planning-guide.html;
- MaRS : Outils de planification et modèles pour la planification d'entreprise, notamment pour savoir comment déterminer les investisseurs, et boîte à outils de l'entrepreneur – www.marsdd.com/francais/;
- Centres d'encadrement des petits entrepreneurs de l'Ontario – www.ontario.ca/fr/page/petites-entreprises-conseils-services-de-soutien-et-reglements;
- Ontario Summer Company Business Plan (en anglais seulement) – www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/FormDetail?OpenForm&ACT=RDR&TAB=PROFILE&SRCH=&ENV=WWE&TIT=summer+company&NO=009-0021E;
- RBC Banque Royale : Centre de ressources sur le démarrage d'entreprise – www.rbcroyalbank.com/fr/entreprises/conseils/demarrer-une-entreprise.html;
- TD/Canada Trust : Plan d'affaires pour petite entreprise (en anglais seulement) – www.tdcanadatrust.com/smallbusiness/windocs.jsp.

Votre plan d'entreprise ne se limite pas aux éléments suivants, mais devrait les inclure :

- Résumé;
- Description de l'entreprise (comprenant des énoncés de mission et de vision);
- Description du ou des produits;
- Analyse du marché;
- Stratégie de commercialisation;
- Plan opérationnel;
- Plan financier.

Votre plan d'entreprise est votre schéma directeur, alors soyez précis et personnalisez-le afin qu'il réponde à vos besoins commerciaux. Demandez à vos associés de vous faire part de leurs idées, et demandez conseil à vos mentors et à des experts de l'industrie. Pour assurer votre réussite et la croissance de votre





entreprise, il vous faut établir un réseau de conseillers en qui vous avez confiance. Le *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario* du MAAARO (ontario.ca/entreprisealimentaire) vous aidera à écrire votre plan d'entreprise.

Planifiez votre avenir

Pour la plupart des entrepreneurs, la planification de l'avenir paraît lointaine, et par conséquent, ils tardent à le planifier jusqu'à ce que ça devienne absolument nécessaire. La planification de l'avenir devrait faire partie intégrante de votre plan d'entreprise initial, car elle vous aidera à exécuter les stratégies que vous avez choisies et démontrera aux banquiers et aux investisseurs que votre entreprise est sur la bonne voie.

Les décisions que vous prenez au sujet des compétences dont vous avez besoin pour votre brasserie sont cruciales et devraient être indiquées dans votre plan d'entreprise. Vous aurez d'abord besoin de quelques personnes pour occuper ces postes : maître-brasseur, gérant de brasserie, aide-brasseur, teneur de livres et investisseur. Au départ, en tant que propriétaire de la brasserie, vous porterez probablement de nombreux chapeaux, mais lorsque votre entreprise se développera, les contraintes deviendront plus exigeantes, physiquement et mentalement, et dépasseront vos capacités. La planification de vos besoins en ressources humaines pendant l'élaboration de votre plan d'entreprise vous aidera à décider du niveau d'expertise dont vous avez besoin pour assurer la croissance de votre brasserie.

Vous devez inclure dans votre plan d'entreprise les types de compétences dont vous avez besoin maintenant dans votre brasserie, et dont vous aurez besoin à l'avenir. Déterminez votre rôle en tant que propriétaire de la brasserie et tenez-vous-en à ce rôle. Dans le futur, votre brasserie aura besoin de personnes ayant des compétences en mise en marché, en vente et en comptabilité. Embauche du personnel ayant des compétences dans ces domaines ou envoyez vos employés suivre des formations et des séances de perfectionnement professionnel, pour vous assurer de disposer de ces compétences. Jetez un œil à la *Section 7 : Ressources humaines*, dans le *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario* pour avoir des renseignements sur l'évaluation de vos besoins en matière d'emploi, le développement des compétences et les programmes d'encouragement.

Voici certaines stratégies couramment utilisées pour planifier l'avenir d'une brasserie artisanale : la planification de la croissance, la planification de la relève et l'élaboration d'une stratégie de sortie.

La planification de la croissance

Pour favoriser la croissance de votre brasserie, réfléchissez aux stratégies suivantes, qui sont couramment utilisées dans l'industrie de la brasserie artisanale de l'Ontario :



- **L'expansion du marché :** L'expansion du marché nécessite des initiatives en vue de conquérir de nouveaux débouchés avec la gamme de produits existante. De nombreux brasseurs artisanaux émergents utilisent cette stratégie comme première étape de croissance d'entreprise, surtout quand le marché existant est saturé. Certains brasseurs artisanaux préfèrent vendre leur bière au LCBO local ou au Beer Store (TBS), selon l'étape de croissance de leur entreprise. Toutefois, pour demeurer pertinent et concurrentiel dans l'industrie de la brasserie artisanale, il peut être nécessaire de cibler d'autres nouveaux marchés. La conquête de nouveaux marchés peut signifier la vente de votre bière partout dans la province ou dans le pays, ou même son exportation aux États-Unis (É.-U.) ou à l'étranger. De nombreuses entreprises, surtout les propriétaires de brasseries, utilisent une période de deux à trois ans comme progression du marché de référence. Décidez de la période de référence appropriée à votre cas. Incluez-la dans votre plan d'entreprise et suivez-la au fil de la croissance de votre entreprise. De nombreux propriétaires de brasseries investissent dans leurs installations afin d'accroître la production. De tels investissements peuvent comprendre l'ajout d'une nouvelle ligne d'embouteillage, d'un nouveau réservoir de stockage, de nouveau matériel d'étiquetage ou d'un silo supplémentaire. N'oubliez pas d'inclure la stratégie de croissance que vous avez l'intention d'utiliser dans votre plan de communication et de mise en marché.
- **L'expansion du produit :** Certains brasseurs artisanaux de l'Ontario lancent des bières spéciales ou des bières en production limitée pour des occasions spéciales ou des célébrations communautaires. Il s'agit d'une excellente occasion de tester des saveurs uniques et de développer votre gamme de produits sans prendre d'engagement important et risqué. Cela vous permet de développer une fidélité envers votre marque en alléchant les clients existants et en attirant de nouveaux clients. Vous pourriez même décider de lancer une gamme de produits complètement nouvelle qui serait basée sur ces bières spéciales. Par exemple, en 2014, la Wellington Brewery s'est associée à l'Université de Guelph pour lancer une nouvelle lager artisanale afin de célébrer le 50^e anniversaire de l'Université.
- **La diversification :** La diversification comprend la vente de nouveaux produits à des marchés existants ou à de nouveaux marchés. Par exemple, vous pourriez diversifier en ajoutant une lager de seigle foncée à votre gamme traditionnelle de bières, ou simplement offrir un nouveau choix d'emballage, comme des bières en canettes, pour attirer une clientèle cible en particulier. Certains brasseurs artisanaux de l'Ontario font un grand pas avec une incursion dans l'industrie du cidre artisanal, parce qu'ils y voient un potentiel de croissance. Quel que soit le mode de diversification que vous choisissiez, assurez-vous d'effectuer des recherches, d'affecter du capital et d'acquérir les compétences ou les connaissances nécessaires pour faciliter cette croissance.
- **L'acquisition :** Une autre stratégie de croissance, dans l'industrie de la brasserie artisanale de l'Ontario, est la fusion ou l'acquisition (FA). Pour réaliser cette stratégie, il faut qu'une plus grande entreprise (ou brasserie) achète la majeure partie ou l'ensemble des droits de propriété dans votre brasserie. À l'étape du démarrage, vous devriez indiquer dans votre plan d'entreprise si vous avez l'intention de vendre votre brasserie après un certain temps. La dernière chose que vous voulez, c'est de devoir vendre votre brasserie à perte en raison d'un manque de planification stratégique et opérationnelle efficace à l'étape du démarrage.



La planification de la relève

En général, la plupart des entreprises émergentes sont exploitées par une famille, et le chef de famille est le propriétaire de l'entreprise. La plupart des entreprises exploitées par une famille sont démarrées dans l'intention de transmettre l'entreprise aux enfants et aux petits-enfants. En réalité, ce scénario ne se réalise pas toujours, car les enfants ou les petits-enfants peuvent décider d'exercer des professions différentes ou peuvent ne pas désirer exploiter l'entreprise familiale. La planification de la relève devrait être une partie essentielle du plan stratégique et opérationnel du brasseur artisanal émergent. C'est là que vous décrivez votre vision de la future orientation de votre brasserie. En tant que brasserie émergente, vous n'avez peut-être que quelques employés, et par conséquent, vous consacrez peu de temps à la planification de la relève. De nombreuses personnes sous-estiment l'importance de planifier la relève en s'occupant bien du capital humain de l'entreprise. Pensez aux qualifications précises de vos employés; avez-vous besoin de plus d'expertise dans votre équipe ou pouvez-vous offrir des occasions de perfectionnement professionnel à vos employés actuels? Revoyez votre plan de relève une fois l'an et effectuez des changements, au besoin. Vous devriez toujours garder à l'esprit la planification de la relève.



La stratégie de sortie

Une autre chose à laquelle il faut réfléchir, en planifiant l'avenir de votre brasserie, c'est à une stratégie de sortie pour vous-même. Une stratégie de sortie permettra à votre brasserie de continuer d'être fructueuse bien après votre départ. De nombreuses personnes utilisent une stratégie de sortie comme forme de retraite. Bien que vous adoriez votre brasserie et que vous soyez fier ou fière de ce que vous avez réussi à créer, vous savez que vous ne pourrez pas exploiter cette entreprise indéfiniment. Il viendra un jour où vous n'aurez plus le désir ou la capacité de poursuivre cette exploitation. Si vous planifiez ce moment bien en avance, la transition sera plus facile pour vous, pour votre brasserie, pour vos employés et pour vos clients. Voici certaines stratégies de sortie courantes :

- Transmettre vos actions dans la brasserie à un membre de votre famille au moyen d'un testament : Il s'agit d'une forme de planification de la relève ainsi que de la stratégie de sortie la plus courante. Les experts affirment que vous devriez indiquer votre intention de transmettre votre brasserie à un membre de votre famille dans votre plan d'entreprise. Pour assurer une transition en douceur, vous devriez faire participer des membres de votre famille aux activités de votre brasserie dès que possible, et leur parler souvent de votre projet d'avenir. Vous saurez ainsi si le membre de la famille à qui vous souhaitez léguer votre brasserie est sérieux et dévoué. Ce membre de la famille saura également que son avenir est assuré.
- Vendre votre brasserie à une autre brasserie ou à un investisseur intéressé : Il s'agit d'une autre stratégie de sortie couramment utilisée par les propriétaires de brasseries, et cela se produit habituellement



quand aucun membre de la famille ne désire prendre la relève de l'entreprise. Dans certains cas, deux ou plusieurs brasseries artisanales ayant des produits ou des clientèles cibles similaires peuvent envisager de consolider leurs entreprises afin de demeurer concurrentielles dans l'industrie de la bière artisanale. La vente de votre brasserie exige une réflexion et une analyse approfondies. Lorsque vous avez épuisé toutes les autres options et décidé que la vente de votre brasserie est le meilleur choix, il vous faut effectuer une évaluation de votre entreprise. Cela peut être très difficile, mais la méthode la plus couramment utilisée pour déterminer le juste prix de vente d'une entreprise consiste à calculer un multiple de BAIIA (bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement). Lorsqu'un acheteur fait une offre, vous devriez avoir deux prix en tête : (1) le prix maximum que vous pensez pouvoir obtenir en fonction de votre évaluation; (2) le prix le moins élevé que vous accepterez. La solution idéale consiste à obtenir une offre qui se situe quelque part entre ces deux nombres. Vous pouvez trouver de nombreuses ressources sur Internet, pour calculer plus facilement la valeur de la brasserie. Si votre brasserie génère des ventes dans les millions de dollars, il pourrait être judicieux d'obtenir les conseils d'un professionnel comme un banquier responsable des investissements ou un expert en évaluation d'entreprises. Vous pouvez trouver un expert en évaluation d'entreprises à cicbv.ca/trouver-un-eee/?lang=fr.

- Liquidier ses actifs et fermer ses portes : Bien que ce ne soit pas la solution idéale, il se pourrait que vous constatiez que la liquidation de vos actifs et la fermeture définitive de l'entreprise constituent votre seule option. Pour ce faire, vous aurez également besoin d'effectuer une évaluation de tous vos actifs (matériels et immatériels, y compris votre marque) afin de fixer le prix de vente de votre matériel, et possiblement, de votre propriété intellectuelle. D'autres brasseries en exploitation cherchent généralement du matériel d'occasion en bon état, alors il pourrait être facile de vous débarrasser de vos biens. Le défi consiste à fermer votre brasserie, surtout après avoir consacré beaucoup d'énergie et d'économies à une entreprise qui aurait pu devenir votre héritage.
- Utiliser le régime d'actionnariat des employés (RADE) : Une approche rare, mais vue comme novatrice, est le régime d'actionnariat des employés. Cette approche permet aux employés de devenir propriétaires d'actions dans votre brasserie, et cela peut se faire de nombreuses façons. Contrairement à la croyance populaire, cette approche n'est pas utilisée pour sauver une entreprise en difficultés. Elle est utilisée comme stratégie de sortie, afin que la brasserie finisse entre les mains des personnes qui ont contribué à la créer et à la soutenir. Jetez un œil à cet article du *Globe and Mail* (du 17 mai 2016) sur le RADE de la Beau's All Natural Brewing Company (en anglais seulement) : www.theglobeandmail.com/report-on-business/small-business/sb-growth/beaus-brewery-to-remain-independent-by-selling-ownership-to-employees/article30046219/.

Le financement de votre brasserie

La plupart des brasseurs seraient d'accord pour dire que la chose la plus importante dont on a besoin, pour démarrer une brasserie, c'est de l'argent. Le financement et les dépenses en capital dépendront d'un certain nombre de facteurs, dont :



- La recherche et le développement;
- La mise en marché et les promotions;
- La taille et l'emplacement de la brasserie;
- Le matériel d'occasion ou neuf;
- Les frais de construction ou de rénovation;
- Les autres coûts pour se conformer aux règlements gouvernementaux.

Il y a plusieurs sources de financement à prendre en considération. Premièrement, pensez à la quantité d'argent dont vous aurez besoin et au moment où vous en aurez besoin. Déterminez tous les coûts de démarrage en calculant combien d'argent il faudra pour rendre votre brasserie opérationnelle. Faites une liste de toutes les dépenses que vous pourriez devoir faire pendant les trois à six premiers mois, puis faites la distinction entre vos dépenses variables et vos frais fixes. La plupart des brasseurs artisanaux de l'Ontario estiment qu'un brasseur artisanal émergent a besoin d'environ un million de dollars, pour que son installation soit opérationnelle.

Les dépenses variables par rapport aux frais fixes

Comme leur nom l'indique, les dépenses variables sont les coûts qui peuvent varier ou changer selon l'activité ou le volume de production, tandis que les frais fixes sont ceux qui demeurent constants et qui sont indépendants des niveaux de production. Les frais fixes peuvent varier et varieront, mais ils ne changeront pas directement en raison de la production.

Les dépenses variables comprennent celles qui sont liées aux ingrédients, aux bouteilles, aux canettes, aux étiquettes et à la main-d'œuvre de production.

Les frais fixes comprennent les loyers, les locations, les hypothèques, le matériel, les services publics, l'enlèvement des déchets, la main-d'œuvre non affectée à la production, la mise en marché, les promotions, les assurances et les impôts fonciers.

Certains coûts comme les services publics, l'enlèvement des déchets et les promotions peuvent être considérés comme semi-variables, parce qu'ils peuvent changer avec différents niveaux de production, mais ils ne sont pas directement proportionnels au niveau de production.

Voici certains coûts supplémentaires à prendre en considération : le coût de la livraison des ingrédients, le coût de financement, les réparations au matériel et l'entretien.

Type de structure d'entreprise

Avant de commencer à engager des dépenses, réfléchissez au type de structure d'entreprise qui convient à votre brasserie et demandez conseil à un comptable ou à un avocat commercial avant d'enregistrer votre entreprise. Le type d'entreprise de votre brasserie est important parce qu'il déterminera vos obligations juridiques, votre structure fiscale et votre responsabilité personnelle. Voici les principaux types de structures d'entreprise :



- **Entreprise à propriétaire unique :** Il s'agit d'une entreprise non constituée en personne morale, entièrement possédée par une personne, ce propriétaire unique étant pleinement responsable de toutes les dettes, de tout l'impôt sur le revenu des particuliers et de toutes les autres obligations liées à l'entreprise. Tous les profits vous appartiennent. En tant que propriétaire unique, vous êtes responsable personnellement, ce qui signifie qu'un créancier peut exercer une action contre vos actifs personnels, ainsi que contre les actifs de votre entreprise, pour acquitter les dettes. Une entreprise non constituée en personne morale n'est pas responsable de l'impôt sur les sociétés de l'Ontario.
- **Société en nom collectif :** Une société en nom collectif est une entreprise non constituée en personne morale qui est créée entre deux ou plusieurs personnes. Tous les membres de la société partagent les profits de l'entreprise, suivant les ententes juridiques. De plus, tous les associés de la société sont conjointement responsables des dettes et sont assujettis à l'impôt, et non pas la société en nom collectif en soi.
- **Société par actions :** Entité juridique constituée en personne morale et imposable, créée par la loi, ayant une personnalité et une existence juridiques qui sont distinctes de la personnalité et de l'existence de ceux qui en ont causé la création ou qui la possèdent. Lorsqu'une entité a une identité et une existence distinctes, l'Agence du revenu du Canada (ARC) considère qu'elle est une société par actions à des fins d'imposition en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/l-3.3/).
- **Société à responsabilité limitée (SARL) :** Une SARL est un organisme non constitué en personne morale, créé en vertu des lois d'un État des É.-U. Une SARL peut habituellement offrir à ses membres les particularités et les avantages d'une société par actions (personnalité juridique distincte, responsabilité limitée envers ses membres) et d'une société en nom collectif (les impôts sont exigibles aux É.-U. lorsque la SARL est traitée comme une société en nom collectif en vertu de l'Internal Revenue Code). Dans la plupart des cas, l'ARC a déterminé que les SARL doivent être traitées comme des sociétés par actions aux fins de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/l-3.3/).
- **Société en commandite :** Une société en commandite consiste en un commandité et un commanditaire. Le commandité gère l'entreprise et a une responsabilité personnelle illimitée à l'égard des dettes et des obligations de la société en commandite. Le commanditaire est



un partenaire financier dont la responsabilité est limitée, et il ne peut pas participer à la gestion de l'entreprise. Le commanditaire profite souvent d'avantages fiscaux considérables, mais si l'on en vient à considérer qu'il participe aux activités de l'entreprise, il perdra ses avantages fiscaux. Dans une telle structure, il y a souvent une « clause ultimatum » entre les associés, en vertu de laquelle l'un des associés peut déclarer qu'il a un acheteur pour l'entreprise; l'autre associé doit alors égaler cette offre, sinon l'entreprise sera vendue à la personne ou à l'entreprise qui a fait l'offre d'achat.

Le nom de l'entreprise

Avant d'enregistrer votre nom commercial, effectuez une recherche de nom pour vous assurer que le nom que vous avez en tête n'est pas déjà utilisé. Vous pouvez faire votre propre recherche sur Internet ou utiliser les services d'un fournisseur du secteur privé moyennant des frais. Des outils supplémentaires sont offerts sur le site Web du Réseau Entreprises Canada (www.entreprisescanada.ca/fr/) pour vous aider à choisir un nom. Consultez la *Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux*, pour avoir des renseignements sur la façon d'enregistrer votre nom commercial.

La brasserie traditionnelle par rapport au brasseur contractuel

Une brasserie traditionnelle fabrique et vend de la bière, tandis qu'un brasseur contractuel utilise le site de production, le matériel, et dans certains cas, la main-d'œuvre et l'expertise d'une brasserie existante pour fabriquer sa bière. Au Canada, en vertu de la *Loi sur l'accise* (laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/E-14/), pour obtenir une licence de droits d'accise permettant de brasser de la bière, un brasseur artisanal doit avoir une brasserie entièrement fonctionnelle en place avant qu'un agent ou qu'une agente des droits d'accise pénètre sur les lieux pour effectuer une enquête préalable à la délivrance de la licence. Il faut donc effectuer un investissement initial en immobilisations et il n'y a aucune garantie que la licence de droits d'accise sera octroyée. Il peut s'agir d'une décision commerciale très risquée, surtout si votre source principale de financement provient d'économies personnelles ou de partenariats avec d'autres investisseurs. Il est important de noter qu'en vertu de la *Loi sur l'accise*, un brasseur individuel ne reçoit pas de licence de droits d'accise pour brasser de la bière; la licence est octroyée à l'installation où la bière sera brassée. Par conséquent, de nombreux brasseurs artisanaux émergents commencent leurs activités en tant que brasseurs contractuels et utilisent l'espace de production d'une brasserie établie pour produire leur bière. Ainsi, ils peuvent réaliser des économies de dépenses initiales en capital pour leur propre installation « traditionnelle ». Gardez à l'esprit qu'une brasserie établie puisse être affectée par des droits d'accise fédéraux plus élevés ou perdre son admissibilité à être considérée comme une microbrasserie en Ontario. Nous parlerons plus en détail des règlements fédéraux et provinciaux sur les impôts à la *Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux*.

Options de financement

Réfléchissez au financement effectif dont vous avez besoin pour votre brasserie (y compris pour le démarrage, l'expansion et les accessoires) et à la méthode retenue pour l'obtenir. Voici les types de financement fondamentaux :



L'emprunt

Le financement par emprunt est semblable à un prêt personnel, et il s'agit de la méthode la plus traditionnelle d'obtention de financement pour une entreprise émergente. La plupart des institutions bancaires offrent du financement par emprunt assorti de règles de prêt rigoureuses. En tant que nouvelle brasserie, il vous incombe de vous assurer que votre plan d'entreprise et vos états financiers pro forma sont raisonnables, exacts et complets. Déterminez combien d'argent vous souhaitez emprunter avant d'aller à la banque ou dans un autre établissement de crédit. Après avoir présenté votre plan d'entreprise et votre plan financier, vous et le prêteur conviendrez d'un taux d'intérêt et de modalités de remboursement, et en cas d'approbation, vous obtiendrez le prêt. Vous devriez vous assurer d'être capable de rembourser entièrement le prêt en cas de faillite de votre entreprise. Une fois que le prêt est remboursé, le prêteur n'a plus aucune créance sur votre entreprise. De plus, l'intérêt payé sur une dette constitue dans la plupart des cas une dépense d'entreprise aux fins de l'impôt, et pour cette raison, le coût du financement par emprunt s'en trouve réduit après impôts.

Les capitaux propres

Le financement par capitaux propres est parfois la seule solution possible pour une entreprise commerciale. Une entreprise peut être exposée à un degré élevé de risques financiers en raison d'un lourd endettement, ou tout simplement parce qu'elle n'a pas dans le passé fait suffisamment de profit pour intéresser les sources de financement par emprunt.

Le financement par capitaux propres est généralement offert par les sociétés de capital-risque et d'autres investisseurs providentiels. Ils vous prêtent de l'argent à condition de devenir copropriétaires de votre entreprise, temporairement ou en permanence. Le financement par capitaux propres présente des avantages et des inconvénients. D'une part, selon la convention d'actionnaires, le prêteur aura son mot à dire sur le processus décisionnel. D'autre part, il pourrait donner des conseils précieux et vous faire profiter de son expertise et de ressources qui vous aideront à faire fructifier votre entreprise, notamment en vous présentant des acteurs décisifs.

Un autre avantage du financement par capitaux propres, c'est que les modalités de remboursement peuvent être plus souples que celles du financement par emprunt. Toutefois, il est important de savoir que les actionnaires recherchent un rendement du capital investi (RCI), et non pas seulement le remboursement d'un prêt ainsi que les intérêts. Vous risquez en fin de compte de rembourser plus d'argent avec un financement par capitaux propres qu'avec un financement par emprunt.

La combinaison d'un financement par emprunt, d'un financement par capitaux propres et d'autres sources de financement

Vous avez aussi la possibilité de financer votre brasserie au moyen d'une combinaison de financement par emprunt et de financement par capitaux propres. Parmi les autres possibilités de financement, mentionnons le financement autonome, la marge de crédit commercial, le sociofinancement et les subventions de l'État. Assurez-vous de bien comprendre les risques et les avantages de chaque option avant d'obtenir du financement pour votre entreprise.



Consultez le site Web du MAAARO et téléchargez votre exemplaire du *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario* (ontario.ca/entreprisealimentaire). La Section 3 du présent document contient des renseignements complets sur les types fondamentaux de financement ainsi que les renseignements clés dont vous avez besoin pour préparer les documents requis pour le financement.

REMARQUE : Il est de la plus haute importance pour la survie de votre brasserie d'avoir suffisamment de fonds de roulement en tout temps. Vous avez besoin d'argent pour acheter du matériel et des ingrédients, payer le personnel, la mise en marché et les promotions, et pour d'autres frais d'exploitation quotidiens. Vous avez également besoin d'argent pour couvrir des dépenses imprévues comme les réparations au matériel et les complications possibles quant aux infrastructures. L'obtention de financement peut prendre beaucoup de temps. Si vous attendez trop longtemps avant d'amorcer le processus, vous risquez d'avoir des ennuis. De nombreuses entreprises font faillite parce que les gestionnaires n'ont pas surveillé régulièrement le flux de trésorerie et ont attendu trop longtemps pour demander du financement.

Où trouver du financement?

Voici certaines places où vous pouvez trouver du financement pour votre brasserie :

Les grandes banques du Canada	Sites Web
Association des banquiers canadiens	www.cba.ca/?l=fr
RBC Banque Royale	www.rbc.com/francais/canada.html
Groupe Banque TD	www.td.com/ca/fr/services-bancaires-personnels/
Banque Scotia	www.scotiabank.com/ca/fr/0,,1001,00.html
CIBC	www.cibc.com/fr/personal-banking.html
BMO Banque de Montréal	www.bmo.com/principal/particuliers
Banque Nationale	www.bnc.ca/fr/particuliers.html
Les institutions financières gouvernementales	Sites Web
Financement agricole Canada	www.fcc-fac.ca/fr.html
Banque de développement du Canada	www.bdc.ca/fr/pages/accueil.aspx
Exportation et développement Canada	www.edc.ca/fr/Pages/default.aspx
Corporation commerciale canadienne	www.ccc.ca/fr-ca
Autre financement d'entreprise	Sites Web
Canadian Venture Capital & Private Equity Association	www.cvca.ca/membership/member-directory/
Association canadienne de financement et de location (en anglais seulement)	www.cfla-acfl.ca/
National Angel Capital Organization	www.nacocanada.com/
Entreprise autochtone Canada	www.aadnc-aandc.gc.ca/fra/1100100032796/1100100032800



La mise en marché et la stratégie de marque

La mise en marché est un terme général utilisé pour décrire un processus qui comprend la planification, la promotion et la distribution, et qui joue un rôle important dans l'élaboration d'une stratégie pour rejoindre votre marché cible. Consultez le *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario* du MAAARO (ontario.ca/entreprisealimentaire) pour de plus amples renseignements sur la mise en marché et l'élaboration de votre plan de commercialisation.

L'industrie de la brasserie artisanale en Ontario est en plein essor, même si elle exerce ses activités dans le très concurrentiel secteur des boissons. On peut attribuer une partie de ce succès aux tactiques uniques de mise en marché qu'ont utilisées les brasseurs artisanaux. Ceux qui ont réussi savent que, pour réussir dans ce secteur, ils doivent établir un lien émotif entre leur marque et les consommateurs. Si vous éduquez les consommateurs en leur racontant votre histoire et en leur communiquant votre passion pour votre produit, vous créerez un lien émotif qui les sensibilisera à votre marque et qui les mettra en confiance. En fin de compte, une solide stratégie de marque créera une valeur à long terme, et il en résultera des clients fidèles, des achats répétés et une plus grande différenciation. Les médias sociaux et les autres techniques de mise en marché numérique ont considérablement aidé les brasseurs artisanaux à raconter leur histoire et à créer des liens avec les consommateurs au moyen de dialogues.

Le plan de commercialisation

En plus de votre plan d'entreprise et de votre plan financier, un plan de commercialisation est une autre tactique essentielle qui vous guidera vers votre objectif final. Le plan de commercialisation vous aide à identifier les consommateurs et les méthodes de distribution, ainsi que votre stratégie pour conserver votre clientèle cible.

Un bon plan de commercialisation est essentiellement une feuille de route qui vous aidera à affecter les ressources, à fixer des objectifs mesurables, à positionner votre marque et à rendre possible la conquête de nouveaux débouchés. Votre plan de commercialisation peut comprendre les éléments suivants :

- Des clientèles cibles;
- Une proposition commerciale unique;
- Une stratégie de prix et de positionnement;
- Un plan de distribution;
- Une stratégie promotionnelle.

Souvenez-vous de considérer votre plan de commercialisation comme un document évolutif et de le mettre à jour tandis que votre entreprise se développe et grandit.



La marque et le logo

Une grande composante de votre stratégie de commercialisation est la conception de votre marque et de votre logo pour vos documents de mise en marché et votre étiquette de produit.

Un logo est une présentation graphique formée d'une combinaison unique de couleurs, de polices de caractères et d'images. Il s'agit de la principale composante visuelle qui dépeint très clairement votre histoire et qui permet aux consommateurs de s'identifier à votre marque.

Les brasseurs artisanaux de l'Ontario ont fait de l'excellent travail en concevant des logos qui correspondent à leurs styles uniques. Vous trouverez sur le site Web des Ontario Craft Brewers (www.ontariocraftbrewers.com/index.php) une liste des brasseries membres et leurs logos (en anglais seulement).



Votre logo apparaîtra sur les produits, les cartes professionnelles, les sites Web et les publicités; prenez donc en considération les éléments suivants, en le concevant :

- Il vous faut connaître vos consommateurs et choisir les couleurs, polices de caractères et icônes qui leur plaisent (p. ex., sont-ils des hommes, des femmes, des jeunes, des adultes plus âgés, des amateurs de sport ou de plein air?)
- Créez un logo simple et évitez les motifs très élaborés et l'utilisation de plusieurs couleurs.
- Faites appel aux services d'un graphiste professionnel et créatif pour la conception de votre logo et assurez-vous d'inclure ce frais dans votre plan d'entreprise et dans votre budget.
- Faites la correction d'épreuves de votre étiquette avant de la finaliser à des fins d'impression, pour vous assurer qu'elle ne comporte pas de fautes.

L'étiquette

Votre étiquette est la première chose que les consommateurs voient, en parcourant les rayonnages des commerces. Ils peuvent mettre de 10 à 15 secondes pour regarder votre étiquette et décider d'acheter votre produit ou de regarder une autre marque. Par conséquent, il est essentiel que vous accordiez beaucoup d'importance à la création de votre étiquette.

Souvenez-vous que votre étiquette est liée à votre marque, alors tirez-en le meilleur parti. Par exemple, si votre marque promeut des pratiques et initiatives écologiques, intégrez celles-ci à votre processus de fabrication



d'étiquette et présentez-les à vos clients. De nos jours, de nombreux consommateurs sont conscients de l'environnement et de la responsabilité sociale des entreprises, et ils n'achèteront que des produits qui s'harmonisent à leurs croyances.

Tirez le meilleur parti de la mise en marché

De nombreux brasseurs artisanaux dépensent beaucoup d'argent en publicité, ce qui est souvent nécessaire pour que l'on remarque une marque. Vous pouvez cependant profiter de publicités à moindres coûts en interagissant directement avec les consommateurs. Par exemple, participez à des activités locales, à des journées portes ouvertes et à des dégustations de bières. Assurez-vous d'apporter des cadeaux (tee-shirts, chapeaux, ouvre-bouteilles, etc.), car il s'agit d'une forme de publicité gratuite. Si vous participez à de tels événements, les consommateurs pourront faire votre connaissance et savoir pourquoi vous fabriquez la bière de la façon dont vous la fabriquez. Il en résultera une confiance accrue, une fidélité à votre marque et des achats répétés.

Restez à la page

Puisque les communications deviennent plus numériques, il est important d'être présent et actif sur les médias sociaux afin de raconter votre histoire et d'établir des liens avec les consommateurs. Grâce aux médias sociaux, vous pouvez traverser les frontières et demeurer concurrentiel et pertinent, ce qui finira par avoir des incidences sur les activités de votre brasserie artisanale. De nos jours, les plateformes de médias sociaux les plus couramment utilisées par les brasseurs artisanaux sont Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat et YouTube. Certains brasseurs artisanaux attendent que leur marque soit établie avant d'être présents sur Internet. D'autres attisent l'intérêt des consommateurs avant que leur brasserie soit officiellement ouverte. Réfléchissez à tous les avantages et inconvénients avant de faire votre choix. Le moment choisi est également important, parce que si vous avez mis du temps à attiser l'intérêt des consommateurs au sujet de l'ouverture de votre brasserie, mais qu'il y a du retard quant à son ouverture, vos clients potentiels pourraient s'en désintéresser et opter pour la prochaine brasserie.

L'assurance des entreprises

En tant que propriétaire d'entreprise, il vous incombe d'avoir le bon type d'assurance, en cas d'accidents ou de blessures imprévisibles. De la même façon que vous assurez votre maison et votre automobile, vous devez assurer votre entreprise et vos employés. L'assurance est importante. Elle couvre le bâtiment et le matériel, et elle vous aide à planifier, gérer et atténuer les risques. Le choix du type d'assurance dont vous avez besoin pour votre entreprise peut être difficile. Parlez à un agent ou à un courtier d'assurances pour avoir des conseils sur le type de couverture dont vous avez besoin pour votre brasserie. Consultez le site Web du Bureau d'assurance du Canada pour de plus amples renseignements sur l'assurance des entreprises www.ibc.ca/fr/on/entreprise.

Il existe plusieurs types d'assurance différents pour votre entreprise. En voici quelques-uns :



- L'assurance-responsabilité;
- L'assurance de biens commerciaux;
- L'assurance de véhicule commercial;
- L'assurance-vie et l'assurance-santé (avantages sociaux).

Où trouver un agent ou un courtier d'assurance?

Parlez à d'autres personnes qui travaillent dans l'industrie brassicole pour obtenir leur avis sur le choix d'un agent ou d'un courtier. Vous pouvez également consulter MyInsuranceShopper.ca (www.myinsurance shopper.ca/find-a-broker/ [en anglais seulement]), qui présente une série de couvertures d'assurance canadiennes sur Internet pour vous aider à trouver l'assurance dont vous avez besoin. Il est recommandé d'essayer d'obtenir plus d'un prix et de ne pas faire son choix uniquement en fonction du prix.

Comment gérer les risques

Il est très important d'élaborer un plan de gestion des risques, car il vous aidera à déterminer les risques auxquels votre entreprise est confrontée et les mesures nécessaires pour vous aider à les atténuer. Téléchargez le document du Bureau d'assurance du Canada *Introduction à la gestion du risque assets.ibc.ca/Documents/Brochures/FR/RM-Getting-started-Process-FR.pdf*.

Devenir un maître-brasseur

Un maître-brasseur, c'est un professionnel qui possède des compétences et des connaissances très élevées et qui participe aux activités quotidiennes d'une brasserie. Cette personne possède également des connaissances générales en administration, notamment en finances et en ressources humaines; toutefois, elle se consacre surtout à la fabrication de bière. Il y a une forte demande de maîtres-brasseurs expérimentés et d'autres professionnels qualifiés en gestion de brasserie et en ventes, dans l'industrie de la brasserie artisanale de l'Ontario.

Il y a plusieurs moyens d'obtenir une formation pour devenir maître-brasseur ou pour travailler dans une brasserie. La façon la plus courante consiste à aller dans un établissement d'enseignement pour obtenir un certificat.

Niagara College Canada offre un programme de deux ans menant à un diplôme pour devenir maître-brasseur et gestionnaire de brasserie au campus de Niagara-on-the-Lake. Ce programme donne une formation pratique ainsi que des cours sur la technologie du brassage, les opérations de



brassage, la gestion des ventes et les applications commerciales avancées qui sont indispensables pour réussir dans ce domaine. Les étudiants peuvent également obtenir un certificat de l'Institute of Brewery and Distilling (IBD). Consultez le site Web canadianfoodandwineinstitute.ca/programs/brewmaster/ pour en savoir plus (en anglais seulement).

Le Collège Durham offre trois différents cours sur le brassage artisanal au campus Whitby grâce à un partenariat exclusif avec le Siebel Institute of Technology (Siebel Institute) de Chicago. Le Collège Durham offre ainsi aux personnes qui souhaitent faire carrière dans l'industrie de la brasserie artisanale au Canada l'occasion de suivre des cours auprès de maîtres-brasseurs et d'autres experts de l'industrie, ce qui leur permet de mieux comprendre les normes et les percées en matière de brassage. En outre, ces personnes obtiendront les connaissances de base requises pour fabriquer, commercialiser et vendre de l'excellente bière. Voici certains des cours qui sont offerts : les principes de base du brassage commercial, la technologie du brassage et l'analyse sensorielle en vue de la production et du contrôle des saveurs. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter www.durhamcollege.ca/academic-schools/centre-for-food/siebel-institute-brewing-certificate-program (en anglais seulement).

Si vous souhaitez apprendre à fabriquer de la bière et à exploiter une brasserie, mais que vous êtes incapable d'aller suivre des cours sur un campus, vous pouvez suivre des cours sur Internet. The Beer School offre des cours en ligne qui mènent à l'obtention de la certification Prud'homme Beer. Allez à tfkbeeru.com/opec/?cid=21 pour de plus amples renseignements à ce sujet (en anglais seulement).

Le fait de travailler comme aide-brasseur donne un aperçu de l'industrie brassicole et peut vous aider à décider si ce cursus de carrière vous convient avant de vous engager dans des études officielles. Surveillez les offres d'emplois dans les brasseries ou déposez votre curriculum vitae à votre brasserie artisanale locale.

En outre, de nombreux brasseurs artisanaux commencent par faire du brassage à domicile comme passe-temps et découvrent ainsi leur amour et leur talent pour l'art de la brasserie. Si vous ne le faites pas déjà, vous pourriez acheter une trousse de démarrage en brassage pour fabriquer votre propre bière à domicile.

Si vous êtes encore en train de réfléchir à votre future carrière, consultez le site Web votreaveniradugout.ca/ de Food and Beverage Ontario, pour en savoir plus sur les emplois et les carrières dans l'industrie de la transformation des aliments de l'Ontario.

Finalement, consultez le *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario* du MAAARO (ontario.ca/entreprisealimentaire) et lisez la section « Avez-vous l'étoffe d'un entrepreneur? » pour trouver des ressources et des établissements d'enseignement en Ontario qui offrent des programmes en gestion des aliments et des affaires.



De l'aide pour le démarrage d'une brasserie

Le démarrage d'une brasserie à partir de zéro n'est pas une tâche facile. Vous avez déjà consacré beaucoup de temps à effectuer des recherches sur l'industrie, à écrire votre plan d'entreprise et à obtenir du financement pour votre entreprise. À ce stade, il vous reste encore beaucoup de chemin à parcourir avant de pouvoir commencer à fabriquer votre bière et à en vendre à vos propres clients. Si vous établissez rapidement des contacts avec les bons organismes, vous économiserez du temps, et dans certains cas, de l'argent.

Vous pouvez rencontrer de nombreuses personnes et aller à de nombreux endroits pour obtenir de l'aide, pendant les premières étapes du démarrage de votre brasserie artisanale. Il vous faut absolument parler aux organismes gouvernementaux pertinents et obtenir les documents requis pour éviter la confusion et les retards. Vous trouverez ci-dessous une liste des organismes pertinents à contacter.

L'aide gouvernementale

Agence du revenu du Canada (ARC) : (www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/services-electroniques/services-electroniques-entreprises.html)

- Enregistrez votre entreprise et obtenez un numéro d'entreprise (NE);
- Obtenez une licence de droits d'accise permettant de brasser de la bière – www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/formulaires/I1.html.

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) : Exigences en matière d'étiquetage des boissons alcoolisées (inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296);

- Information propre au produit pour la bière.

Le Programme d'économie d'énergie dans l'industrie canadienne (PEEIC) : (www.rncan.gc.ca/energie/efficacite/industrie/peeic/5154);

- Assistance à coûts partagés pour entreprendre des projets de gestion énergétique, des études d'intégration des procédés ou des études de la mécanique des fluides numérique;
- Des occasions de réseautage, des formations personnalisées sur l'efficacité énergétique, des renseignements techniques et des calculateurs de la consommation d'énergie.

Guide pour les fabricants de bière de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO) : (www.agco.ca/fr)

- Permis d'alcool pour les fabricants;
- Autorisation de magasin de détail sur les lieux d'une brasserie;
- Permis « au verre ».



La Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) : (www.doingbusinesswithlcbo.com/tro/index.shtml) [en anglais seulement]

- Faire des affaires avec LCBO.

Le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAARO) : (ontario.ca/entreprisealimentaire)

- Services d'expansion des entreprises et de développement de l'investissement;
- EXALO : des services aux nouveaux exportateurs.

Le ministère des Finances de l'Ontario : (www.fin.gov.on.ca/fr/tax/bwt/index.html)

- Taxe de base sur la bière;
- Taxe sur le volume;
- Taxe écologique (s'il y a lieu).

SaveONEnergy : (saveonenergy.ca/Business.aspx) [en anglais seulement]

- Du financement pour les rénovations, les vérifications, l'éclairage et les améliorations aux réseaux d'air comprimé et aux systèmes fonctionnels.

ServiceOntario : (www.ontario.ca/fr/page/pour-enregistrer-le-nom-de-votre-entreprise-en-ontario)

- Enregistrez le nom de votre entreprise en Ontario et obtenez un numéro d'identification de l'entreprise (NIE). Reportez-vous à ce numéro lorsque vous contactez le gouvernement de l'Ontario (www.ontario.ca/fr/page/enregistrement-de-noms-commerciaux). Mode de prestation électronique de services de renseignements : 1 800 361-3223.

L'aide non gouvernementale

- Bière Canada (beercanada.com/fr) :
Bière Canada est une association corporative bénévole qui défend les intérêts de ses membres. Bière Canada travaille avec ses membres ainsi qu'avec les gouvernements, les intervenants et le public pour améliorer le marché de la bière.
- Brewers Retail ou le Beer Store (TBS) (www.thebeerstore.ca/) [en anglais seulement] :
Le Beer Store est une chaîne privée de points de vente au détail qui vendent de la bière et d'autres boissons maltées en Ontario. Contactez votre TBS local pour savoir comment y inscrire votre bière artisanale.
- BLOOM Centre for Sustainability (bloomcentre.com/) [en anglais seulement] :
BLOOM est une entreprise privée sans but lucratif qui réunit des intervenants du secteur public et du secteur privé dans l'industrie des aliments et des boissons, dans le but d'obtenir des résultats durables pour gérer les risques ainsi que des avantages économiques, environnementaux et sociaux. BLOOM travaille directement avec les entreprises de transformation des aliments afin de régler les problèmes liés à l'eau et aux eaux usées, et pour soutenir des projets pilotes en vue de trouver des solutions à ces problèmes.



- Excellence in Manufacturing Consortium (EMC) (www.emccanada.org/ [en anglais seulement]) :

EMC est un organisme sans but lucratif et le plus grand consortium canadien du secteur de la fabrication. EMC aide les fabricants à devenir plus concurrentiels en leur offrant un vaste éventail de services et de programmes. Les investissements des membres se traduisent par une baisse des coûts et de meilleures perspectives de concurrence pour les entreprises.

- Food and Beverage Ontario (FBO) (www.foodandbeverageontario.ca/index [en anglais seulement]) :

FBO est un organisme sans but lucratif qui se consacre à la défense des intérêts des entreprises de transformation d'aliments et de boissons de l'Ontario.

- Food and Beverage (FAB) Region (www.fabregion.ca/ [en anglais seulement]) :

FAB Region est un partenariat composé des bureaux de développement économique du comté de Hastings, du comté de Lennox and Addington, du comté de Prince Edward et de la Frontenac Community Futures Development Corporation, dans l'Est de l'Ontario. Le partenariat est structuré de manière à attirer dans la région et à développer des entreprises (artisanales) d'aliments et de boissons à petite échelle, et au cours des dernières années, il a intégré le brassage artisanal. Pour de plus amples renseignements, consultez sa publication Start a Brewery Handbook (www.fabregion.ca/startabrewery/ [en anglais seulement]).

- Ontario Beverage Network (OBN) (www.momandhops.ca/ [en anglais seulement]) :

L'ONB soutient l'industrie des boissons alcoolisées et ses développements communautaires au moyen de bulletins d'actualité quotidiens, de listes d'événements, d'affichage des emplois et d'annonces de mises en vente de nouveaux produits.

- Ontario Craft Brewers (OCB) (www.ontariocraftbrewers.com/ [en anglais seulement]) :

Cette association industrielle représente les petites brasseries indépendantes de l'Ontario. Les OCB sont financés en grande partie par les cotisations des membres. Écrivez un courriel aux OCB à admin@ontariocraftbrewers.com pour savoir comment en devenir membre.

- Provision Coalition (www.provisioncoalition.com/Home [en anglais seulement]) :

Provision fait valoir les intérêts de ses membres concernant les questions de durabilité. Cette entreprise les aide à tirer parti des avantages et des possibilités qui découlent d'une exploitation durable. Provision tient à jour un portail où les transformateurs d'aliments peuvent trouver des



études de cas et des fournisseurs de services environnementaux et d'efficacité approuvés. Les membres peuvent également trouver des ressources pour effectuer des examens de référence et de base sur leur propre rendement environnemental.

D'autres ressources

- Centres d'encadrement des petits entrepreneurs (www.ontario.ca/fr/page/emplacements-des-centres-dencadrement-des-petits-entrepreneurs-et-des-organismes-prestataires-locaux) : Conseils individuels d'un conseiller pour l'élaboration de plans d'entreprises et de budgets, et possibilités de mentorat. Une subvention maximale de 5 000 \$ pourrait être offerte en vue de l'expansion d'une brasserie.

Liste de contrôle

- ☐ J'ai téléchargé un exemplaire du *Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario*.
- ☐ J'ai écrit mon plan d'entreprise avec une projection sur trois à cinq ans.
- ☐ J'ai déterminé d'où viendra le financement de ma brasserie et j'ai des fonds de roulement supplémentaires.
- ☐ J'ai communiqué avec un courtier ou une courtière d'assurances et j'ai choisi le bon type d'assurance et le bon montant de couverture pour ma brasserie.
- ☐ J'envisage d'utiliser une combinaison de méthodes de mise en marché afin de promouvoir et de commercialiser mes bières.
- ☐ J'ai planifié la croissance de mon entreprise et j'ai une stratégie de sortie.
- ☐ J'ai contacté les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux pertinents pour obtenir des ressources et de l'aide.





Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux

Les brasseurs artisanaux de l'Ontario et les autres brasseurs de l'Ontario sont tenus par la loi de satisfaire les exigences réglementaires et d'obtenir les licences et permis nécessaires de tous les ordres de gouvernement au Canada. Nous vous recommandons fortement de connaître les exigences (et les coûts connexes) avant d'effectuer des dépenses en immobilisations.

Dans la présente section, vous acquerrez des connaissances sur les divers règlements, lignes directrices et permis requis par les ordres de gouvernement suivants :

- Gouvernement fédéral;
- Gouvernement provincial;
- Administration municipale.

Gouvernement fédéral

L'enregistrement de l'entreprise

L'enregistrement fédéral de l'entreprise est obligatoire si votre entreprise gagne 30 000 \$ ou plus par année. Enregistrez votre entreprise auprès de l'Agence du revenu du Canada (ARC) pour obtenir un numéro d'entreprise (NE). Lorsque vous aurez un NE, vous pourrez vous inscrire à d'autres comptes, comme la TPS et la TVH (selon votre revenu total), la paie, l'impôt sur les sociétés et les comptes d'importation et d'exportation. Pour de plus amples renseignements sur l'obtention d'un NE, consultez le site Web de l'Agence du revenu du Canada à www.canada.ca/fr/services/impots/numero-dentreprise.html.

Loi sur l'accise

L'Agence du revenu du Canada (ARC) est l'organisme qui surveille l'application de la *Loi sur l'accise*, qui régit la fabrication de la bière et qui prévoit l'imposition de droits sur la bière au Canada. Au Canada, la bière est définie comme une bière ou une liqueur de malt dont la teneur en alcool n'excède pas 11,9 % d'alcool éthylique absolu par volume.

Les brasseurs potentiels qui démarrent une brasserie en Ontario doivent d'abord obtenir une licence de droits d'accise permettant de brasser de la bière. Consultez le site Web de l'ARC sur la *Loi sur l'accise*. Vous y trouverez des renseignements sur les circulaires des droits d'accise, les taux des droits d'accise sur la bière, les règlements pris en application de la *Loi sur l'accise*, les avis relatifs à la *Loi sur l'accise* et les Nouvelles



de la TPS/TVH (www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/impot/renseignements-techniques/loi-accise-renseignements-techniques.html).

REMARQUE : Les taux des droits d'accise sur la bière s'appliquent progressivement en fonction de la quantité de bière qu'un brasseur muni d'une licence fabrique au cours d'une année civile. De ce fait, une brasserie établie pourrait passer à un taux des droits d'accise plus élevé si sa production globale augmentait en raison d'une production de bière pour un brasseur contractuel. Les nouveaux taux sont entrés en vigueur le 23 mars 2017 : *EDBN22 Modifications aux taux du droit d'accise sur la bière* – www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/publications/edbn22/edbn22-modifications-taux-droit-accise-biere.html.

Il est recommandé de lire les Circulaires sur les Droits d'accise avant de remplir une demande de licence de droits d'accise (www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/circulaires-droits-accise.html). Les documents suivants décrivent le processus de demande :

- *ED200-2 Directives relatives à l'octroi de licences de droits d'accise et au cautionnement pertinent* – Demande et octroi de licences de droits d'accise;
- *ED200-3 Directives relatives à l'octroi de licences de droits d'accise et au cautionnement pertinent* – Cautionnements.

Trousse de demande de licence de droits d'accise

Les éléments suivants doivent être soumis en tant que partie de la trousse de demande de licence de droits d'accise. Vous trouverez les formulaires requis sur ce site Web www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/impot/renseignements-techniques/droits-accise-formulaires.html :

- L1 Demande de licence de droits d'accise;
- E110 Description des lieux et bâtiments devant accompagner la demande de licence;
- E111 Désignation des vaisseaux et ustensiles;
- Frais annuels de 50 \$;
- Cautionnement;
- Plan d'entreprise détaillé.

Contactez les Droits d'accise de la région de l'Ontario au 1 866 667-9851 afin de connaître les documents et les frais requis pour soumettre une demande de licence de droits d'accise permettant de brasser de la bière. Les titulaires de licences de droits d'accise peuvent obtenir des renseignements sur leurs comptes et demander certains services en ligne. Vous trouverez de plus amples renseignements sur le site Web de l'ARC à www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/services-electroniques/services-electroniques-entreprises/dossier-entreprise.html. Les droits d'accise sont dus lorsque la bière est dans la cuve de soutirage afin d'être mise en baril, et lorsque la bière est mise dans des bouteilles ou des canettes.



Gouvernement provincial

L'enregistrement de l'entreprise auprès du gouvernement provincial

L'enregistrement du nom commercial en Ontario est requis si le nom d'une nouvelle entreprise diffère des nom et prénom officiels du propriétaire de l'entreprise. L'enregistrement est valide pendant cinq ans et vous êtes responsable de le renouveler lorsqu'il expire. Après avoir procédé à l'enregistrement, vous recevrez un Permis principal d'entreprise (PPE) que vous pourrez utiliser comme preuve d'enregistrement du nom commercial auprès des institutions financières et dans vos communications avec le gouvernement de l'Ontario. Enregistrez votre nom commercial sur le site Web de ServiceOntario (www.ontario.ca/fr/page/enregistrement-de-noms-commerciaux).

Recherchez et téléchargez tous les formulaires requis pour enregistrer un nom commercial sur le Répertoire central des formulaires (www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/?OpenDatabase&ENV=WWF).

Le permis d'alcool des fabricants

Tous les fabricants de bière de l'Ontario doivent obtenir un permis d'alcool de fabricants de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO). Le permis d'alcool de fabricants de la CAJO donne au brasseur le droit de vendre de la bière à la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) et de la distribuer par l'entremise de son réseau de distribution ou par d'autres moyens approuvés. La CAJO inspecte les brasseries pour s'assurer de leur conformité à la *Loi sur les permis d'alcool* et à ses règlements, ainsi que de leur respect des politiques et lignes directrices de la CAJO. Vous trouverez des renseignements à l'intention des nouveaux demandeurs ainsi que de l'information sur l'autorisation de magasin de détail sur les lieux d'une brasserie, sur le permis « au verre », et sur le permis de vente d'alcool « point de vente », en consultant le *Guide pour les fabricants de bière* de mai 2017 de la CAJO (www.agco.ca/sites/default/files/2092_beer_manufacturers_guide_fr_1.pdf).



L'autorisation de magasin de détail sur les lieux d'une brasserie

La CAJO est responsable de l'autorisation de magasin de détail du fabricant. Cette autorisation permet au fabricant d'exploiter un magasin pour la vente au détail de boissons alcoolisées qu'il a fabriquées et qui satisfont les critères indiqués.

Le permis restreint de vente d'alcool (« au verre »)

L'initiative « au verre » permet aux brasseries de l'Ontario de demander à la CAJO un permis restreint de vente d'alcool pour un fabricant, ce permis permettant à la brasserie de vendre et de servir son alcool aux clients à des fins de consommation de portions individuelles sur le lieu de fabrication. La vente et le service de la boisson alcoolisée doivent se faire uniquement à des fins promotionnelles, soit pour améliorer l'expérience des touristes, soit à des fins éducatives. Le permis « au verre » permet le service de bière dans des contenants de 12 onces (355 ml) de 11 h à 21 h. Les titulaires de permis restreints de vente d'alcool pour fabricants sont exemptés de l'exigence de vendre des aliments en raison de l'intention et de la nature limitées de la délivrance de permis « au verre ». Bien qu'ils soient exemptés de cette exigence, les titulaires de permis peuvent offrir des collations et d'autres aliments à leurs invités, dans la mesure du possible et dans des circonstances appropriées.

Le permis de vente d'alcool « point de vente »

Un permis de vente d'alcool « point de vente » permet à un fabricant de bière de tenir sur place un restaurant ou un établissement afin de présenter ses produits, seuls ou avec d'autres marques. Avec un



permis de vente d'alcool « point de vente », l'établissement titulaire d'un permis est dispensé de l'exigence de vendre une variété de marques de boissons alcoolisées. Le titulaire d'un permis de vente d'alcool « point de vente » peut également demander un avenant « service de traiteur » en vue de vendre et de servir les produits du fabricant dans n'importe quel lieu admissible (y compris à l'extérieur de l'emplacement du fabricant). Si le magasin de détail d'un fabricant est situé sur le même lieu de fabrication qu'un point de vente, le titulaire du permis peut apporter dans les locaux dotés d'un permis, dans des contenants scellés et non ouverts, de la bière qu'il a achetée dans le magasin de détail afin de la vendre à un client. Ainsi, les clients du

restaurant qui souhaitent acheter un produit au magasin de détail pour un usage personnel peuvent le payer directement sur leur facture de restaurant. Le permis de vente d'alcool « point de vente » permet le service et la vente de bière de 11 h à 2 h du matin.

Faites une demande de permis de fabricant de bière à la CAJO sur Internet, à www.agco.ca/fr.

Le permis de prélèvement d'eau

Les exploitations brassicoles qui prélèvent plus de 50 000 litres d'eau par jour de l'environnement doivent demander un permis de prélèvement d'eau au ministère de l'Environnement et de l'Action en matière de changement climatique (MEACC). Les sources d'eau de l'environnement comprennent les lacs, les ruisseaux, les rivières, les étangs et l'eau souterraine. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter www.ontario.ca/fr/page/permis-de-prelevement-deau ou contacter le bureau du MEACC de votre région.

La surveillance des petits réseaux d'eau potable

Les exploitations brassicoles d'une région rurale qui utilisent de l'eau de puits relèvent du Programme de surveillance des petits réseaux d'eau potable (www.health.gov.on.ca/english/public/program/pubhealth/safewater/safewater_faq.html [en anglais seulement]). En 2008, le Programme de surveillance des petits réseaux d'eau potable fut transféré du MEACC au ministère de la Santé et des Soins de longue durée (MSSLD). Il est régi par deux règlements pris en application de la *Loi sur la protection et la promotion de la santé* (www.ontario.ca/fr/lois/loi/90h07) : le Règlement de l'Ontario 318/08 (Transitional – Small Drinking Water Systems) (en anglais seulement) et le Règlement de l'Ontario 319/08 (Small Drinking Water Systems) (en anglais seulement). Ces règlements sont régis par les conseils de santé locaux, où un inspecteur ou une inspectrice de la santé publique (ISP) effectue une évaluation des risques propres au site sur tous les petits réseaux d'eau potable de la province. Au moyen de son évaluation, l'ISP détermine ce que les propriétaires et exploitants doivent faire pour préserver la salubrité de leur eau potable et émet une directive pour le réseau. La directive peut comprendre des exigences quant aux analyses de l'eau, aux choix de traitements ou aux formations. Il s'agit d'une approche personnalisée pour chaque petit réseau d'eau potable, selon le niveau de risque qu'il présente.

L'élimination des déchets

Le procédé de brassage de bière génère des effluents d'eaux usées et des déchets solides qui doivent être éliminés ou traités, afin de satisfaire les règlements gouvernementaux. Contactez le bureau du ministère de l'Environnement et de l'Action en matière de changement climatique (MEACC) de votre région pour obtenir des renseignements au sujet des règlements sur l'élimination par emplacement des déchets ou des effluents (www.ontario.ca/fr/environnement-et-energie/localisateur-des-districts-du-ministere-de-l'environnement-et-de-l'action-en-matiere-de-changement). Voyez également les commentaires sur la gestion des déchets et l'efficacité, à la Section 3, pour acquérir des connaissances sur les divers moyens rentables d'éliminer ou de traiter les déchets générés pendant le brassage.



Les taxes sur la bière et les marges bénéficiaires

Les consommateurs payent une taxe sur la bière fabriquée par un brasseur de l'Ontario et vendue au Beer Store, dans un établissement titulaire d'un permis (comme un restaurant, un bar ou un bistrot-brasserie), dans les magasins de détail des brasseries, et dans les magasins-agences du Sud de LCBO.

Les taxes sur la bière ne s'appliquent pas aux ventes de bière de l'Ontario à LCBO, aux magasins-agences du Nord ou aux épicereries autorisées à vendre de la bière. Dans ces points de vente, les marges bénéficiaires équivalentes de LCBO s'appliquent.

Les taxes suivantes sur la bière, ou les marges bénéficiaires équivalentes de LCBO que les consommateurs payent sont incluses dans le prix du produit :

- La taxe de base sur la bière ou la marge bénéficiaire de LCBO : le taux de taxe ou de marge bénéficiaire dépend du type de bière (comme une bière pression [p. ex., provenant d'un fût à bière de 18 litres ou plus] et un autre type de bière [p. ex., une bière embouteillée]), et de l'entreprise qui a fabriqué la bière (c.-à-d., un fabricant de bière, un microbrasseur ou un bistrot-brasserie).
- La taxe sur le volume ou les prélèvements sur le volume de LCBO : ils sont calculés sur le volume de bière acheté, que la bière soit une bière pression ou pas, et qu'elle ait été préparée par un fabricant de bière ou par un microbrasseur. La taxe sur le volume ne s'applique pas à la bière pression fabriquée et achetée dans un bistrot-brasserie ou dans un emplacement secondaire rattaché au bistrot-brasserie.
- La taxe écologique ou les prélèvements écologiques de LCBO : ils s'appliquent aux contenants à remplissage unique dans lesquels la bière achetée est emballée. La taxe écologique ne s'applique pas à la bière pression fabriquée et achetée dans un bistrot-brasserie ou dans un emplacement secondaire rattaché au bistrot-brasserie.

Pour de plus amples renseignements sur les taux de taxe en cours sur la bière, veuillez consulter www.fin.gov.on.ca/fr/tax/bwt/index.html.

Un fabricant de bière, un microbrasseur ou un titulaire de permis de bistrot-brasserie de l'Ontario collecte la taxe sur la bière qu'il vend ou distribue en Ontario, et doit la déclarer et la remettre au ministère des Finances. On déclare les taxes chaque mois, le retour et la remise de taxe devant être reçus au plus tard le 20^e jour du mois suivant.

Le taux réduit de la taxe de base sur la bière ou de la marge bénéficiaire de LCBO sur la bière fabriquée par des microbrasseurs

Un taux réduit de la taxe de base sur la bière et une marge bénéficiaire équivalente de LCBO s'appliquent à la vente de bière fabriquée par un microbrasseur.



- La taxe de base sur la bière ou la marge bénéficiaire de LCBO sur la bière (à l'exclusion de la bière pression) fabriquée par un microbrasseur est inférieure de 49,99 ¢/l au taux sur la bière fabriquée par un fabricant de bière de l'Ontario.
- La taxe de base sur la bière ou la marge bénéficiaire de LCBO sur la bière pression qui est fabriquée par un microbrasseur est inférieure de 36,49 ¢/l au taux sur la bière fabriquée par un fabricant de bière de l'Ontario.

Pour être considéré comme un microbrasseur pendant une année de ventes donnée, il faut remplir toutes les conditions suivantes :

- La production mondiale du brasseur (pas seulement en Ontario) de l'année (civile) de production précédente ne dépasse pas 50 000 hectolitres (cinq millions de litres). Ce nombre comprend la somme de toutes les bières :
 - Les marques du brasseur, même si la bière est fabriquée pour un autre brasseur;
 - Les marques des entreprises affiliées au brasseur, même si la bière est fabriquée pour un autre brasseur;
 - Toutes les autres marques du brasseur pour le brasseur ou pour n'importe quelle entreprise affiliée au brasseur.
- Au cours de l'année de production précédente, si le brasseur avait une entreprise affiliée qui fabriquait aussi de la bière, cette entreprise affiliée doit également avoir été un microbrasseur.
- Au cours de l'année de production précédente, si une entente de fabrication de bière a été conclue, suivant laquelle un autre brasseur fabriquait de la bière pour le brasseur, cet autre brasseur doit avoir été un microbrasseur.
- Au cours de l'année de production précédente, si une entente de fabrication de bière a été conclue, suivant laquelle le brasseur fabriquait de la bière pour un autre brasseur, cet autre brasseur doit avoir été un microbrasseur.

REMARQUE : En vertu du projet de loi sur le budget de l'Ontario 2016, un microbrasseur peut avoir conclu une entente de fabrication de bière avec un non-microbrasseur sans que cette entente affecte le statut de microbrasseur du microbrasseur, mais uniquement si le non-microbrasseur était un microbrasseur à un moment ou à un autre, pendant l'année de production précédente qui est analysée.

Si vous êtes un microbrasseur pour l'année de ventes en cours et que vous souhaitez demeurer un microbrasseur au cours de la prochaine année, vous devez remplir toutes les conditions ci-dessus sous peine de perdre votre statut de microbrasseur et tous les avantages fiscaux qui en résultent.

Il est particulièrement important pour un brasseur émergent de savoir s'il souhaite qu'un microbrasseur établi brasse sa bière. Si vous envisagez de débiter en tant que brasseur contractuel, discutez-en avec des microbrasseurs établis.



Le crédit d'impôt pour les petits fabricants de bière

Le crédit d'impôt pour les petits fabricants de bière instauré en vertu de la *Loi de 2007 sur les impôts* est remboursable aux fabricants de bière ayant eu une production mondiale, au cours de l'année précédente, de plus de cinq millions de litres (50 000 hectolitres), mais de moins de 15 millions de litres (150 000 hectolitres).

Qui a droit au crédit d'impôt?

Un fabricant de bière pourrait avoir droit au crédit relatif aux ventes admissibles de bière pression et d'autres sortes de bière vendues aux acheteurs en Ontario au cours d'une année de ventes, s'il satisfait certains critères, dont les suivants :



- Il a un établissement permanent en Ontario;
- Il n'est pas un microbrasseur ayant droit au taux réduit de la taxe de base;
- Sa production mondiale de bière, au cours de l'année de production précédente, était de plus de cinq millions de litres (50 000 hl), mais de moins de 15 millions de litres (150 000 hl).

Quel est le montant du crédit d'impôt?

Le crédit d'impôt maximum offert à un petit brasseur admissible est de 2 499 500 \$ pour la bière autre que la bière pression et de 1 824 500 \$ pour la bière pression, sur les ventes admissibles dépassant 50 000 hl et jusqu'à un maximum de 75 000 hl. Le crédit d'impôt sera progressivement retiré lorsque les ventes admissibles dépasseront 75 000 hl et sera complètement éliminé lorsque les ventes admissibles dépasseront 150 000 hl, au cours de l'année de ventes.

Comment faire pour recevoir le crédit d'impôt?

Pour recevoir le crédit d'impôt, le fabricant de bière doit le demander pas plus de deux ans après la fin de l'année de ventes pour laquelle il était admissible au crédit d'impôt.

À condition qu'il y ait droit, le fabricant de bière recevra le crédit d'impôt sous forme de paiement forfaitaire, à la fin de l'année de ventes pour laquelle il est admissible au crédit. Toutefois, il pourrait recevoir le crédit d'impôt sous forme de versements mensuels au cours de l'année de ventes, si la requête est effectuée avant le début de l'année de ventes pour laquelle il est admissible au crédit.

Administration municipale

Les brasseurs artisanaux de l'Ontario doivent se conformer à tous les règlements municipaux sur les permis d'entreprise, sur le zonage, sur les bâtiments et sur les incendies. Sauf quelques exceptions, ceux-ci sont appliqués par la municipalité où la brasserie est située. Les permis de construire sont requis dans toutes les municipalités de l'Ontario. Il est recommandé de parler à un inspecteur municipal en bâtiment pendant l'étape de la planification. Ainsi, vous comprendrez mieux les exigences liées aux bâtiments et les coûts qui s'y rattachent, dans cette municipalité. Veuillez noter que les inspecteurs en bâtiment de différentes municipalités pourraient interpréter différemment les exigences liées aux bâtiments. Par conséquent, si vous visitez une brasserie dans une autre municipalité et que vous voyez comment cette brasserie est organisée, ne présumez pas que l'inspecteur ou l'inspectrice en bâtiment de votre municipalité permettra la même organisation.

Contactez votre municipalité locale pour de plus amples renseignements sur les règlements municipaux de zonage et les permis de construire. Vous trouverez une liste des municipalités de l'Ontario sur le site Web du ministère des Affaires municipales et du Logement de l'Ontario (www.mah.gov.on.ca/Page3829.aspx).



Liste de contrôle

- J'ai examiné les renseignements en ligne sur l'obtention d'une licence de droits d'accise sur le site Web de l'ARC et j'ai contacté son Bureau régional de l'Ontario pour obtenir des renseignements supplémentaires et des formulaires.
- J'ai examiné les renseignements en ligne sur l'obtention d'un permis de fabricant permettant de brasser de la bière et j'ai contacté la CAJO pour obtenir des renseignements supplémentaires et des formulaires.
- J'ai examiné le site Web du ministère des Finances et j'ai compris les conditions d'admissibilité pour être considéré comme un microbrasseur en Ontario et tous les avantages fiscaux connexes pour la bière.
- J'ai examiné tous les renseignements applicables et je connais les périodes de déclaration et de remise de taxes au ministère des Finances et à l'ARC.
- J'ai contacté le bureau local de ma municipalité pour en savoir plus sur les règlements municipaux de zonage et les permis de construire requis.





Section 3 : Créez votre brasserie

Dans la présente section, vous acquerez des connaissances sur les sujets suivants :

- La conception d'une brasserie;
- Le plan d'étage d'une brasserie;
- Le matériel;
- Le comptage de l'énergie et de l'eau;
- Le modèle d'établissement du coût de revient du produit;
- La gestion des déchets et l'efficacité.

La conception d'une brasserie

Dès les premières étapes de la planification de votre brasserie, vous devriez à tout le moins réfléchir à différentes possibilités liées à la conception et prendre en considération les possibilités de croissance, en plus de la conception du plan d'étage de la brasserie. Décidez des options qui vous conviennent et incluez-les dans votre plan d'entreprise. Consultez la *Section 1 : Commencez à planifier votre brasserie*, pour de plus amples renseignements sur la planification de l'entreprise.

Le fait de concevoir le plan d'étage de la brasserie vous aidera à déterminer l'emplacement du matériel et à connaître les conditions à remplir (comme celles qui se rapportent à l'emplacement des drains et des événements) pour vous assurer de satisfaire les règlements. Nous discuterons du plan d'étage dans la prochaine section. Vous devriez aussi penser à d'autres possibilités de croissance et à d'autres façons de soutenir votre brasserie, des points essentiels. L'industrie de la brasserie artisanale de l'Ontario se développe rapidement, avec plus de 180 brasseries en exploitation en Ontario. Il s'agit d'une excellente nouvelle pour l'industrie de la bière artisanale, mais pour les brasseries émergentes, il pourrait en résulter une compétition féroce...

Un moyen efficace de demeurer en contact avec les consommateurs consiste à inclure un espace d'événements à l'intérieur ou à côté de votre brasserie. Cette initiative nécessite beaucoup de planification au préalable, mais permet aux membres de la collectivité de se rapprocher physiquement et de socialiser les uns avec les autres. Elle peut occasionner plus de coûts initiaux et semble hors d'atteinte pour une brasserie émergente. Toutefois, à long terme, cette mesure pourrait être rentable et vous permettre de vous établir et de vous assurer une place au sein de la collectivité.

L'espace d'événements peut être aussi élaboré ou simple que vous le souhaitez et prendre la forme d'une salle de dégustation, d'un bar, d'un magasin de détail, d'un espace communautaire ou d'un restaurant. Il est assez courant de trouver des brasseries artisanales locales ayant de tels espaces d'événements rattachés





à la brasserie et dotés d'une vitre pour que les activités qui se déroulent à l'intérieur de la brasserie soient visibles. L'espace d'événements devrait être à l'intérieur, avec ou sans terrasse extérieure. Les membres de la collectivité devraient pouvoir l'utiliser pour des mariages, des fêtes, des réunions et des festivals, avec un traiteur pour fournir les aliments. Ce type d'espace d'événements est excellent, car il vous permet d'établir des liens avec la collectivité sans avoir à acquérir les licences et permis supplémentaires qui sont requis pour préparer et manipuler des aliments. Consultez la *Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux*, pour en savoir davantage.

D'autre part, il peut être difficile d'avoir un restaurant sur les lieux de votre brasserie, et cela pourrait même avoir des incidences sur le succès ou l'échec de votre image de marque, et finalement, sur votre brasserie. Le fait d'avoir un associé ayant de l'expertise dans le secteur de l'alimentation et de la restauration et de savoir si un restaurant est requis dans votre collectivité vous aidera à préparer l'analyse de rentabilité d'un restaurant. Sachez que d'autres propriétaires de restaurants de la région pourraient vous voir comme un concurrent direct et ne pas vouloir soutenir votre bière. Pour avoir des renseignements sur la façon de démarrer un restaurant ou une entreprise de traiteur en Ontario, allez sur le site Web d'Entreprises Canada Ontario (www.cbo-eco.ca/fr/index.cfm/demarrage/comment-demarrer/demarrage-dun-restaurant-ou-dun-service-de-traiteur-en-ontario/).

Visitez d'autres brasseries artisanales en Ontario pour avoir des idées, et déterminez l'espace d'événements qui vous convient le mieux et qui favorise vos objectifs commerciaux à long terme.

Le plan d'étage d'une brasserie

La conception du plan d'étage de votre brasserie requiert des connaissances techniques en ingénierie; vous ne devriez donc pas le concevoir vous-même. Il y a de nombreux modèles et programmes sur Internet qui peuvent vous aider à trouver des idées et qui tiennent compte de toutes les exigences logistiques nécessaires. Autrement, vous pouvez engager un expert-conseil qui offre des services d'ingénierie ou d'architecture, mais n'oubliez pas de tenir compte de ceci dans votre budget global. Le fait de concevoir votre plan d'étage tôt pourrait vous aider à déterminer si vous devriez louer, acheter ou rénover une installation existante, ou en construire une nouvelle. Tenez compte des éléments suivants en concevant votre plan d'étage :

Superficie en pieds carrés :

- L'espace consacré aux opérations de brassage devrait être d'environ 5 000 pi² (465 m²).
- Un minimum de 2 500 pi² (232 m²) peut y être consacré, si vous ne disposez que d'une plus petite superficie.



Hauteur du plafond :

- La hauteur de plafond recommandée pour la salle de brassage est de 20 pi (6,1 m).

Revêtement de sol ou finition :

- Le plancher de la brasserie devrait être lisse, durable et résistant aux liquides alcalins et acides.
- Les planchers doivent être de même niveau, avec un degré de pente recommandé de 1/4 po (0,64 cm) par pied (30 cm), vers les drains.
- Les murs et les plafonds devraient être faits d'une matière lavable afin de ne pas héberger de croissance bactérienne.

Eau :

- Il est recommandé pour la principale source d'approvisionnement en eau de la brasserie d'être de 60 lb/po² à 25 gal/min. Un débit d'eau uniforme vers la salle de brassage est crucial et ne doit pas être affecté par le besoin en eau ailleurs dans le bâtiment.
- Il faut des robinets d'arrosage pour l'eau chaude et l'eau froide dans tous les espaces de la brasserie et les espaces de laboratoire.
- Si l'on envisage de mettre de la bière en fût ou de l'embouteiller, il faudra une alimentation en eau dans ces zones.
- Un système de filtration ou de purification de l'eau pourrait être requis. Une analyse de l'eau sera requise.

Drainage :

- Il faut des drains dans la salle de brassage, dans la salle de fermentation, dans le congélateur-chambre, dans la chaufferie et dans toutes les autres zones où il peut y avoir de l'eau et des déversements accidentels (mise en fûts ou embouteillage).
- Nous recommandons un drainage par canalisations de 4 po (10,16 cm) avec des grilles en acier inoxydable ou en fibre de verre, ou des filtres pour capturer les matières solides du brassage.
- Tous les drains devraient avoir une taille permettant de gérer de quatre à six barils d'effluents pour chaque baril de bière fabriquée.

Ventilation :

- En règle générale, il faut une gaine d'air pour la ventilation de la vapeur provenant de la chaudière à bière.
- Pour un système de chaudière à vapeur, il faut une gaine d'air aspirante dans la chaufferie pour la chaudière à gaz.
- Pour un système chauffé directement au gaz, il faut une gaine d'air aspirante dans la salle de brassage pour le foyer de la chaudière à moût.
- Il faut de l'air d'appoint dans la chaufferie sur un système de chaudière à vapeur et dans la zone de la salle de brassage pour un système chauffé directement au gaz.
- Nous recommandons le conditionnement de l'air dans tous les espaces de la brasserie. Contactez votre municipalité pour vous assurer de respecter les règlements (www.mah.gov.on.ca/Page3829.aspx).



Consultez la plateforme en ligne de Bloom's Water and Beer pour en savoir plus sur la conception d'une installation de brasserie : waterandbeer.bloomcentre.com/how-to/improve-brewery-design/ (en anglais seulement).

Assurance de la qualité

En planifiant la conception de votre brasserie et son plan d'étage, vous devriez réfléchir à la façon de mettre en place de bonnes pratiques de fabrication dans le but d'améliorer les processus, de réduire les coûts de production et d'accroître les profits. Vous voulez fabriquer de la bière salubre, homogène et au goût excellent que vos clients pourront déguster n'importe où, n'importe quand et dans tous les formats (bouteilles, canettes, fûts). Le fait de mettre en place des pratiques de gestion de la qualité à toutes les étapes de la production peut vous aider à déterminer l'emplacement de pièces d'équipement clés, dans la brasserie. Contactez les Ontario Craft Brewers à info@ontariocraftbrewers.com pour obtenir des ressources sur les systèmes de gestion de la qualité, la santé, la sécurité et la durée de conservation.

La recherche de fournisseurs de matériel et d'ingrédients

Le matériel

Le brassage de la bière nécessite du matériel spécial pour le brassage, le lavage, l'embouteillage et la mise en canettes. On peut acheter ce matériel neuf ou d'occasion à des fournisseurs locaux ou internationaux. Sur le site Web des Ontario Craft Brewers (OCB), vous trouverez un répertoire de fournisseurs ainsi que des petites annonces. Vous pouvez contacter une entreprise qui figure sur le répertoire de fournisseurs ou consulter la section des petites annonces pour trouver du matériel provenant de la communauté de la bière artisanale de la province. Pour en savoir plus, allez à www.ontariocraftbrewers.com/marketplace/classifieds.php (en anglais seulement).

Autrement, vous pouvez faire vos propres recherches sur Internet pour trouver d'autres entreprises qui offrent le matériel dont vous avez besoin. Quelle que soit la méthode que vous choisissiez, faites toujours vos devoirs, communiquez avec autant de fournisseurs et de vendeurs que possible, et choisissez la solution qui convient le mieux à votre entreprise. Le prix ne devrait pas constituer le principal facteur décisionnel; il est conseillé de choisir un fournisseur pouvant fournir le matériel qui répond à vos besoins à un prix que vous pouvez vous permettre.



REMARQUE : L'achat de matériel plus gros peut faciliter la transition, quand vient le moment d'augmenter la production. À l'étape du démarrage, vous pourriez ne pouvoir fabriquer que 1 000 hl de bière. Toutefois, deux ou trois ans plus tard, votre entreprise pourrait connaître une croissance rapide, et vous pourriez alors chercher à acheter du plus gros matériel pour répondre à la demande.



Les ingrédients

Il y a quatre ingrédients principaux dans la bière : l'eau, le houblon, les céréales et la levure.

L'eau

L'eau représente jusqu'à 95 % de la bière, alors sa source et sa qualité sont des éléments importants à prendre en considération. Si votre brasserie est située dans une ville, contactez le bureau local de votre municipalité pour connaître le coût de la consommation d'eau et de l'élimination des déchets à votre brasserie. Si vous envisagez de prélever plus de 50 000 litres d'eau par jour de l'environnement, vous devez demander un permis de prélèvement d'eau au ministère de l'Environnement et de l'Action en matière de changement climatique (MEACC). Vous trouverez de plus amples renseignements sur le permis de prélèvement d'eau à la Section 2.

Si votre brasserie est située dans une zone rurale et utilise de l'eau de puits, vos opérations relèvent du Programme de surveillance des petits réseaux d'eau potable. Vous trouverez des renseignements détaillés au sujet des règlements à la *Section 2 : Exigences gouvernementales pour les brasseurs artisanaux*. Le propriétaire ou l'exploitant du réseau d'alimentation en eau est responsable de garder la source d'eau salubre. Il est donc responsable d'effectuer des analyses d'eau de routine et de tenir à jour un historique de l'échantillonnage de l'eau. L'inspecteur ou l'inspectrice de la santé publique (ISP) du bureau de santé publique local voudra voir l'historique de l'échantillonnage de l'eau, pendant ses visites du site. Nous recommandons au brasseur de collaborer étroitement avec le propriétaire du réseau d'alimentation en eau pour s'assurer de suivre les directives de l'ISP qui se rapportent au Programme de surveillance des petits réseaux d'eau potable.

Le houblon

Les brasseurs artisanaux de l'Ontario tiennent à utiliser autant d'ingrédients locaux que possible, pour fabriquer leur bière. L'Association de cultivateurs de houblon de l'Ontario (www.ontariohopgrowersassociation.ca/) est un bon point de service pour commencer vos recherches de houblon de l'Ontario (en anglais seulement). Sur son site Web, vous trouverez un répertoire des fermes de culture du houblon de l'Ontario que vous pouvez contacter directement. Avant de communiquer avec un producteur de houblon, vous devriez connaître vos besoins en houblon; certains producteurs exigent la commande d'une quantité minimale, et cette quantité pourrait être trop élevée pour une petite exploitation émergente.

Les céréales

L'orge est un autre ingrédient important utilisé dans la fabrication de la bière, bien que certaines bières soient fabriquées avec d'autres céréales comme le blé et le seigle. Toutes les céréales utilisées dans la fabrication de la bière doivent d'abord subir un processus de maltage. C'est au cours de ce processus que les céréales germent et fabriquent des sucres et des enzymes naturels. C'est ainsi que se crée l'« aliment » pour la levure du brasseur, pendant le processus de fermentation. La recherche de fournisseurs d'orge maltée de l'Ontario est un défi, car actuellement, seulement deux malteurs en fabriquent à une échelle de brasserie artisanale (Harvest Hop & Malt et Brown Owl Malt).



Voici des ressources pour l'orge maltée :

- Canada Malting, à Calgary (www.canadamalting.com/canada_malting [en anglais seulement]), produit du malt pour les marchés du brassage, de la distillation et de l'alimentation.
- Le Canadian Malting Barley Technical Centre, à Winnipeg (www.cmbtc.com/ [en anglais seulement]), est un établissement de recherche qui soutient la chaîne de valeur de l'orge maltée du Canada en offrant du soutien technique et des renseignements sur les marchés aux intervenants, notamment aux phytogénéticiens, aux fabricants, aux entreprises de semences, aux établissements de transformation, aux exportateurs, aux malteurs et aux brasseurs. Personne-ressource : Peter Watts, directeur général – cmbtc@cmbtc.com
- Le Hartwick College, dans l'État de New York (www.hartwick.edu/about-us/centers-institutes/center-for-craft-food-and-beverage/ [en anglais seulement]), offre des services d'analyse, de développement des affaires et d'éducation aux petites et moyennes brasseries, malteries et exploitations agricoles. Personne-ressource : Aaron MacLeod, directeur des boissons et aliments artisanaux – macleoda@hartwick.edu
- Harvest Hop and Malt, à Puslinch, en Ontario (www.harvesthopandmalt.com/about-us [en anglais seulement]), offre des ingrédients pour le brassage qui sont dénués de produits chimiques, locaux et biologiques. Courriel : info@harvesthopandmalt.com
- La North American Craft Maltsters Guild (www.craftmalting.com/ [en anglais seulement]) représente les malteurs artisanaux partout aux États-Unis et au Canada et est une ressource pour les brasseurs qui cherchent du malt artisanal. Personne-ressource : Jackie Billings, directrice générale – Jackie@craftmalting.com

La levure

La levure est un ingrédient clé, dans la fabrication de la bière, parce qu'elle est responsable de la transformation des sucres fermentescibles de l'orge maltée en davantage de levure, en alcool et en dioxyde de carbone. Tandis que la levure continue de brûler les sucres (« aliments »), le taux d'alcool s'élève et la teneur en sucre diminue, causant un milieu toxique pour la levure. La levure est maintenant à l'état latent et le brasseur peut retirer un peu de levure pour le prochain cycle de brassage de bière. Il est important de maintenir et de garder la levure saine, pour pouvoir la réutiliser dans un futur brassage. Ainsi, vous réduirez vos frais d'ingrédients.

Il y a de nombreuses souches et variétés différentes de levure qui peuvent également générer un éventail de saveurs et d'arômes. Il y a aussi de la levure sèche et liquide, ces deux types de levure présentant différents avantages. D'après votre recette, vous devriez connaître le type de levure dont vous avez besoin pour brasser votre bière. Parlez à d'autres membres de l'industrie pour avoir leur avis sur le type et la variété de levure qui conviennent le mieux à votre bière. Effectuez une recherche sur Internet afin de trouver un fournisseur d'ingrédients et d'être au courant des innovations qui se produisent dans l'industrie.



Les ingrédients spéciaux

Aujourd'hui, les brasseurs artisanaux utilisent une gamme d'ingrédients spéciaux comme le miel, les fruits et les épices, pour améliorer la saveur et la couleur de la bière. Vous avez peut-être déjà déterminé quels ingrédients spéciaux vous voulez utiliser, et vous avez peut-être même déjà préparé et goûté votre recette. Le défi, avec l'utilisation d'ingrédients spéciaux, c'est de trouver une source homogène sans trop de variation quant au prix et à la qualité. Contactez une association comme l'Ontario Beekeepers Association, l'Ontario Berry Growers Association ou l'Association des fruiticulteurs et des maraîchers de l'Ontario pour de plus amples renseignements sur les fermes locales qui ont l'ingrédient spécial que vous recherchez.

L'efficacité énergétique et la gestion de l'eau

Que vous soyez un brasseur artisanal émergent ou d'expérience, la consommation d'énergie et la consommation d'eau sont liées à la façon dont vous fabriquez de la bière. Votre utilisation efficace des services publics et des systèmes en circuit fermé contribue à protéger l'environnement, et elle vous permet d'économiser de l'argent en réduisant la quantité d'eau et de temps requise. Le MAAARO a développé des ressources pour vous aider à comprendre comment gérer ces dépenses variables et les déchets qui résultent de la consommation d'énergie et d'eau :

1. *Leaner and Cleaner is Greener. An operator's primer* (www.emccanada.org/group_spaces/energy/documents/leanerandcleaner853operator39sprimerapril2013pdf [en anglais seulement]).
2. *L'efficacité énergétique dans la transformation des aliments* – une série de vidéos pour vous aider à prendre des décisions judicieuses en matière d'énergie, pour votre brasserie (www.omafra.gov.on.ca/french/food/business-development/food-processing/energy-efficiency.htm).

Voici les sujets des vidéos :

- L'efficacité pour réduire les émissions de carbone;
- Mesure des coûts des services;
- Planification, ciblage et prévision;
- S'attaquer aux pertes invisibles.

Parlez avec d'autres brasseurs artisanaux de l'Ontario qui gèrent les intrants énergétiques et les eaux usées de manière efficace. Établissez des liens avec eux par l'entremise des Ontario Craft Brewers (www.ontariocraftbrewers.com/index.php [en anglais seulement]).

Joignez-vous à l'Excellence in Manufacturing Consortium (EMC); il met en contact des pairs qui sont prêts à échanger des idées sur la gestion des ressources et les pratiques exemplaires (www.emccanada.org/ [en anglais seulement]).



Envisagez de trouver un mentor. La Provision Coalition (www.provisioncoalition.com/Home [en anglais seulement]) peut offrir des services de mentorat en durabilité pour l'emballage et la fabrication. Prendre le temps de parler à des professionnels peut occasionner des coûts de prime abord, mais cet argent que vous dépensez peut vous rapporter beaucoup en retour.

La gestion de l'eau revêt une importance vitale pour tous les brasseurs artisanaux. Le BLOOM Centre for Sustainability a développé une plateforme sur Internet pour aider les brasseurs artisanaux à gérer leur eau et leurs déchets. Cette plateforme s'appelle Water and Beer et se trouve ici waterandbeer.bloomcentre.com/ (en anglais seulement).

Le calcul du coût des marchandises vendues (CMV)

Il est crucial que vous soyez capable de calculer avec précision le coût total de la fabrication de votre bière. Vous pouvez utiliser un modèle de prévision des coûts pour calculer le coût des marchandises vendues (CMV). Ce montant comprend le coût des matières, de l'emballage et de la production qui sont utilisés pour fabriquer la bière. C'est une bonne idée d'avoir un modèle de CMV pour chaque style de bière que vous fabriquez, et d'inclure la taille des contenants (p. ex., bouteilles, canettes, fûts). Ainsi, vous pourrez déterminer plus facilement le produit le plus rentable.



Le modèle de CMV exclut les coûts indirects comme ceux de la distribution, de l'inventaire, de la mise en entrepôt et de la mise en marché ainsi que les frais juridiques et les coûts de la force de vente. Il revient au brasseur de décider s'il veut inclure certains coûts indirects dans le CMV. Par exemple, l'eau est utilisée en tant qu'ingrédient ainsi que pour la production et le lavage. La direction décidera de séparer le coût de l'eau en sections « ingrédients » et « coûts de production », ou d'avoir une seule inscription comptable pour l'eau dans les coûts de production. La plupart des brasseurs artisanaux préfèrent séparer ces coûts afin de pouvoir chercher à améliorer les procédés inefficaces dans toutes les opérations brassicoles. Le CMV est indiqué dans l'état des résultats et peut être déduit des revenus pour calculer votre marge brute, qu'on appelle aussi « coût des ventes ».

Avant de commencer à calculer le CMV, vous devez connaître quelques éléments :

- La recette;
- Le coût des ingrédients;
- La capacité de la salle de brassage.



Le coût des marchandises vendues peut être divisé en trois éléments :

Le coût des matières (\$/hl)

Le coût des ingrédients

Les ingrédients principaux requis pour brasser de la bière sont les céréales, le houblon, la levure et l'eau. Consultez les commentaires sur les ingrédients, à la Section 4, pour en savoir plus sur la recherche de fournisseurs d'ingrédients pour le brassage. Vous déterminerez à partir de votre recette la quantité d'ingrédients requis pour brasser un hectolitre (100 litres) de bière. Certains brasseurs incluent l'eau dans le coût des ingrédients, tandis que d'autres incluent le coût total de l'eau dans leurs coûts de production. Il vous revient de décider de la façon de procéder qui vous convient le mieux. En règle générale, vous devriez calculer le coût de vos ingrédients par hectolitre.

Le coût des matières en cours de transformation

Le coût des matières en cours de transformation comprend toutes les choses utilisées pendant la transformation de la bière et couvre les adjuvants de filtration, le gaz CO₂, le sel pour traiter l'eau, et les produits chimiques de nettoyage, comme les acides, les substances caustiques et les agents assainissants qui sont utilisés pour nettoyer le matériel après chaque brassage. N'incluez pas dans votre coût des matières en cours de transformation les produits chimiques de nettoyage habituels que vous utilisez pour laver les murs et les planchers; ils peuvent être indiqués dans vos coûts indirects.

Le coût de l'emballage (\$/hl)

L'emballage de la bière comprend les bouteilles, les capsules de bouteilles, les canettes, les étiquettes, les fûts et les matériaux d'emballage comme les caisses, les plateaux et les plastiques. Il est important de calculer tous ces frais pour obtenir une représentation exacte de votre coût de l'emballage.

Les coûts de production (\$/hl)

- Les réparations et l'entretien (p. ex., les pièces de rechange et les autres coûts d'entretien).
- Les services publics (p. ex., l'eau, l'électricité, le gaz naturel, les produits chimiques, les frais d'effluents, le traitement des effluents et le matériel de laboratoire).
- La main-d'œuvre directe (p. ex., la main-d'œuvre affectée à la production, la main-d'œuvre de supervision). Si votre brasseur porte de nombreux chapeaux, vous voudrez séparer ce temps de celui que vous affectez au coût de la bière. Si cette personne s'adonne au brassage pendant 75 % du temps et à la direction administrative pendant 25 % du temps, seuls comptent les 75 % de dépenses de main-d'œuvre pour la brasserie.
- Les autres coûts directs de production comprennent les frais de main-d'œuvre et de transport pour le ramassage des ingrédients, des eaux usées, des déchets d'ingrédients et d'emballages, et les frais de financement du matériel brassicole.



Vous trouverez ci-dessous un exemple de tableau du CMV :

Tableau récapitulatif du coût des marchandises				
	Capacité de la brasserie en hectolitres			
	1 000	2 000	5 000	10 000
Sous-total du coût des matières	42 300 \$	84 600 \$	205 445 \$	402 922 \$
Matières premières	35 550 \$	71 100 \$	174 195 \$	341 422 \$
En cours de transformation	6 750 \$	13 500 \$	31 250 \$	61 500 \$
Sous-total du coût de l'emballage	20 904 \$	35 006 \$	129 336 \$	384 098 \$
Bouteille standard de l'industrie	17 979 \$	28 766 \$	100 092 \$	311 630 \$
Bouteille exclusive	–	–	–	–
Canette (355 ml)	–	–	–	–
Canette (473 ml)	–	–	16 472 \$	55 172 \$
Fût	2 925 \$	6 240 \$	12 773 \$	17 297 \$
Sous-total des coûts de production	101 150 \$	177 148 \$	352 494 \$	598 243 \$
Entretien et réparations	8 250 \$	16 500 \$	41 250 \$	82 500 \$
Services publics	7 800 \$	15 600 \$	39 000 \$	77 000 \$
Main-d'œuvre	77 500 \$	130 000 \$	235 000 \$	365 000 \$
Autres coûts directs de production	7 600 \$	15 048 \$	37 244 \$	73 743 \$
Total	164 354 \$	296 754 \$	687 275 \$	1 385 263 \$

REMARQUE : Les chiffres de ce tableau sont des estimations et ne devraient être utilisés qu'à titre d'information.

Le CMV ne comprend pas les éléments suivants :

- Frais administratifs et frais d'agence commerciale;
- Promotions, matériel promotionnel et mise en marché;
- Main-d'œuvre et gestion;
- Frais de financement pour acheter une brasserie ou pour rénover une brasserie existante;
- Frais de permis;
- Mise en entrepôt et expédition.

Ces frais sont déduits de la marge brute. Quand les brasseries se développent, de nombreuses entreprises trouvent utile d'entreprendre une comptabilité par activités pour ces éléments, lorsque la marge brute dépasse un million de dollars.



REMARQUE : Effectuez le suivi des pertes et du gaspillage qui se produisent pendant la transformation. En règle générale, il convient de limiter les pertes au minimum : pas plus de 5 % provenant des ingrédients, de 5 % provenant de la salle de brassage et de 5 % provenant de l'emballage.

Liste de contrôle

- J'ai conclu un contrat avec un ingénieur ou un spécialiste de la conception architecturale pour qu'il m'aide à planifier la conception et le plan d'étage de ma brasserie.
- J'ai déterminé d'où viendront mon matériel et mes ingrédients.
- J'utilise des ressources pour mieux comprendre comment économiser de l'argent sur les coûts des intrants et l'efficience de l'eau.
- J'ai établi des liens avec des groupes industriels pour qu'ils m'aident à mettre en œuvre des moyens de gérer ma consommation d'énergie et les déchets à ma brasserie.
- J'ai communiqué avec les OCB pour obtenir des ressources sur la gestion de l'assurance de la qualité.
- J'ai utilisé un modèle de calcul du coût des marchandises vendues (CMV) pour calculer avec exactitude mes dépenses variables et mes frais fixes.







Section 4 : Les exigences en matière d’emballage et d’étiquetage

Dans la présente section, vous acquerez des connaissances sur les sujets suivants :

- L’emballage;
- Les étiquettes;
- Les lignes directrices en matière d’étiquetage.

L’emballage

La bière que l’on vend dans des magasins de détail, dans des restaurants et dans des bars est embouteillée ou mise en canettes. Ces bouteilles et ces canettes sont ensuite placées dans un carton ondulé afin d’être protégées contre les dommages pendant la distribution et l’entreposage. Certains brasseurs mettent leur bière dans des fûts qui ne sont vendus qu’à des bistrots-brasseries, des bars et des restaurants, et qui sont offerts aux consommateurs sous forme de bière pression.

Le verre

Les bouteilles de verre sont le plus souvent utilisées pour entreposer la bière, parce qu’elles sont rigides, qu’elles ont une fermeture de sécurité, qu’elles sont non poreuses, et qu’elles sont solides et durables, des qualités importantes pour l’entreposage et le transport. Bien que le verre soit une ressource renouvelable, une bouteille ne peut pas être remplie ou recyclée indéfiniment. En moyenne, une bouteille de bière en verre peut être remplie 15 fois avant d’être recyclée en nouveau verre. Gardez ceci à l’esprit en envisageant de choisir des bouteilles exclusives plutôt que les bouteilles standards de l’industrie. Les consommateurs aiment généralement les bouteilles en verre parce qu’ils croient qu’elles permettent de conserver un goût pur et frais, et que la bière y reste froide plus longtemps.

Les choix de bouteilles en verre :

La couleur

La bière est embouteillée dans des bouteilles en verre de diverses couleurs, comme les bouteilles transparentes, vertes, bleues et brunes, les bouteilles vertes et brunes étant les plus courantes. Les bouteilles transparentes et vertes sont toujours utilisées par certaines grandes brasseries, malgré le fait que la bière est alors sujette à une dégradation par l’exposition à la lumière ultraviolette, ce qui cause une odeur de pourriture qui ressemble à celle d’une mouffette. Les raisons pour lesquelles on utilise des bouteilles transparentes ou vertes sont nombreuses, mais la plus commune est pour maintenir la



fidélité envers la marque. Les bouteilles brunes ou ambrées offrent une barrière protectrice contre la lumière ultraviolette, ce qui empêche la bière de sentir la mouffette. Le choix de la couleur de la bouteille est important, car il aura une incidence sur l'utilisation d'agents de conservation et sur le goût final de la bière, lorsqu'elle parviendra aux consommateurs.

La taille

Les bouteilles de bière viennent dans une variété de tailles, la bouteille de 341 ml (12 oz) – ou bouteille standard de l'industrie – étant la plus courante en Ontario. Les bouteilles exclusives constituent une autre option populaire auprès des brasseurs artisanaux. Ces bouteilles peuvent être personnalisées quant à la taille, à la forme, à la couleur et à la stratégie de marque, et le logo peut être en relief afin d'obtenir une finition unique. Cette option est particulièrement tentante pour les brasseurs artisanaux qui veulent se distinguer des autres brasseurs sur le marché. Le coût initial des bouteilles exclusives peut être élevé parce qu'il faut d'abord fabriquer un moule pour les bouteilles en verre, puis un nombre de commandes minimum pourrait être requis. On peut vous retourner ces bouteilles pour qu'elles soient lavées, assainies et remplies, ce qui pourrait occasionner des économies de coûts importantes sur les achats de bouteilles. Et surtout, si vos bouteilles de bière exclusives ne sont pas inscrites sur la liste du Beer Store (TBS), elles seront broyées à des fins de recyclage, ce qui finira par avoir des incidences importantes sur le coût de vos bouteilles en verre et sur vos bénéfices nets. Effectuez une analyse de rendement pour déterminer si des bouteilles exclusives seront rentables, étant donné le volume de bière fabriquée. Contactez TBS rapidement, au cours de votre processus de planification, pour comprendre les exigences et les frais associés.



Les capsules de bouteilles

Il y a deux options pour capsuler les bouteilles de bière : les capsules à vide et les capsules quart de tour. Bien que la capsule quart de tour (« twist cap ») soit pratique pour les consommateurs, les brasseurs artisanaux ont tendance à choisir la capsule à vide. En fait, le matériel de capsulage à vide a tendance à être moins dispendieux que le matériel des capsules quart de tour, et les capsules à vide pourraient procurer une meilleure étanchéité permettant d'empêcher l'oxygène (le pire ennemi de la bière) d'entrer. Gardez à l'esprit que les capsules quart de tour ne sont pas acceptées par LCBO sauf si elles ont une fermeture

de sécurité, c.-à-d. si elles sont enveloppées dans du plastique ou si les bouteilles sont emballées dans des caisses. Contactez LCBO pour vérifier leurs exigences avant de faire votre choix.

Le matériel d'embouteillage en verre

Peu importe le type et la taille des bouteilles, il faut du matériel d'embouteillage et des systèmes de lavage des bouteilles. Les systèmes de lavage des bouteilles nécessitent des agents assainissants qui utilisent de l'eau ou de l'ozone, et ils sont essentiels pour que les bouteilles soient stériles, afin d'éviter la contamination



bactérienne. Vous devrez prendre en compte le coût du système de lavage des bouteilles et des agents assainissants, dans votre modèle de prévision du CMV. Pour de plus amples renseignements sur les différents types de systèmes de lavage de bouteilles, consultez le site Web sur l'eau et la bière de BLOOM (waterandbeer.bloomcentre.com/ [en anglais seulement]). Voyez également *La recherche de fournisseurs de matériel et d'ingrédients*, à la Section 3.

Les canettes

Au cours des dernières années, l'utilisation de canettes dans l'industrie de la bière artisanale a gagné en popularité parmi les brasseurs et les consommateurs. Les brasseurs artisanaux aiment les canettes parce qu'elles sont légères et moins chères à fabriquer et à transporter. L'expédition de canettes nécessite moins de combustible consommateur de carbone, réduisant de ce fait l'empreinte carbonique globale. Les consommateurs aiment la bière en canettes parce que les canettes sont pratiques, parce qu'elles refroidissent plus vite (bien que la bière ne reste pas froide aussi longtemps qu'avec les bouteilles) et parce qu'elles sont pratiques à l'extérieur et lors des événements publics, où les bouteilles en verre ne sont pas toujours autorisées.

Les brasseurs et les consommateurs aiment le fait que les canettes protègent la bière de la lumière ultraviolette. Autrefois, les consommateurs trouvaient que la bière en canette avait un goût métallique. Toutefois, ils semblent s'être calmés à ce sujet, grâce aux percées de la technologie de la mise en canettes.

Les canettes de bière sont offertes dans différentes tailles et peuvent être préimprimées ou dotées d'étiquettes. Les canettes préimprimées nécessitent un entrepôt pour y mettre les canettes vides avant le brassage, ce qui peut poser un problème si votre brasserie est petite. Comme nous l'avons mentionné à la rubrique *Les étiquettes* ci-dessous, l'utilisation de manchons rétractables sur les canettes éliminera la nécessité d'entreposer de grandes quantités de canettes vides préimprimées.

Il existe quelques solutions possibles pour une ligne de remplissage de canettes de bière :

- Une grande ligne de remplissage de canettes : le coût initial peut être élevé;
- Les petites lignes pourraient être idéales pour une brasserie émergente;
- Le système de remplissage de canettes portatif.

La plupart des brasseurs artisanaux émergents incluent une stratégie d'expansion au bout de trois à cinq ans d'existence, dans leur plan d'entreprise. Habituellement, un plan d'expansion comprend la possibilité d'exporter dans d'autres provinces et au-delà de la frontière, ainsi que l'installation d'une ligne de remplissage de canettes. Au cours des dernières années, certains brasseurs artisanaux ont connu une croissance rapide, et par conséquent, ils ont eu à se développer plus tôt qu'au bout de trois à cinq ans, comme ils l'avaient prévu. Ça a incité de nombreux brasseurs artisanaux à utiliser les services d'une entreprise



externe ayant un système portatif de remplissage de canettes, ou à conclure un contrat de remplissage de canettes effectué à une autre brasserie. Pour le moment, une seule entreprise offre un système portatif de remplissage de canettes dans la province, mais ça pourrait changer, puisque la demande s'accroît.

Bien que le remplissage de canettes soit devenu une tendance émergente dans l'emballage de la bière, certains brasseurs ont consciemment décidé de s'en tenir aux bouteilles. Peu importe le choix que vous ferez, les bouteilles et les canettes sont recyclables et peuvent être retournées au Beer Store. Par conséquent, ce sont deux choix écologiques. (Vous trouverez de plus amples renseignements en lisant *Le recyclage des contenants de boissons alcoolisées*, à la Section 5.)

REMARQUE : Les contenants à remplissage unique sont assujettis à la taxe écologique. Pour de plus amples renseignements, voyez *Les taxes sur la bière et les marges bénéficiaires*, à la Section 2.

Les étiquettes

Le choix du type et du style d'étiquette est crucial pour votre entreprise, car il permet aux consommateurs de savoir s'ils achètent un produit de qualité. Comme pour la plupart des produits, les consommateurs achètent souvent une nouvelle bière en fonction du design de l'étiquette, avant même d'en connaître le goût. Selon votre marché cible, vous pouvez rehausser vos étiquettes au moyen d'une finition texturée, en relief, mate ou lustrée, pour une allure de qualité supérieure. La bière se présente généralement dans des bouteilles en verre (coloré ou transparent) ou dans des canettes d'aluminium. Par conséquent, l'étiquette que vous choisirez doit être appropriée aux bouteilles ou aux canettes, en tenant compte de sa durabilité et de sa résistance à l'humidité, à la condensation et aux manipulations. Vous trouverez sur le site Web des Ontario Craft Brewers une liste de fournisseurs d'étiquettes (www.ontariocraftbrewers.com/marketplace/suppliers.php [en anglais seulement]). Vous pouvez également faire vos propres recherches sur Internet.

Vous trouverez ci-dessous les choix d'étiquettes auxquels vous pouvez réfléchir :

Les étiquettes en feuilles à couper et empiler

Les étiquettes à couper et empiler sont les plus couramment utilisées dans l'industrie, parce qu'elles sont rentables, puisqu'on peut les commander en grande quantité. Elles sont offertes en papier seulement, dans un choix illimité de formes pour le corps et le goulot de la bouteille. Ces étiquettes sont préimprimées sur du papier puis collées à la bouteille pendant la transformation. Elles peuvent être appliquées à une vitesse très rapide avec de la colle chaude ou froide.

Les étiquettes autocollantes

Les étiquettes autocollantes sont découpées à la forme et offertes dans une variété de formes et de tailles, et on peut les laminer pour plus de protection. On peut les appliquer sur des canettes et sur



des bouteilles, et elles conviennent à l'étiquetage de base. Pour les canettes, ces étiquettes éliminent la nécessité d'acheter des canettes préimprimées en grande quantité, ce qui est idéal pour une petite brasserie ayant un espace d'entreposage limité. Les brasseurs peuvent acheter des canettes non imprimées en aluminium et commander des étiquettes personnalisées en fonction de la quantité de bière qui sera fabriquée. Cette solution convient aux bières saisonnières ou à celles dont la production est limitée. Les étiquettes autocollantes ont un coût de milieu de gamme, sont durables et seront efficaces dans un environnement humide, comme dans un seau à glace ou dans une glacière. Pour une utilisation sur des bouteilles, il est recommandé d'utiliser un verre lisse de bonne qualité, pour que les étiquettes adhèrent bien à la surface.



Les manchons rétractables

Les manchons rétractables peuvent être appliqués sur des bouteilles et des canettes. Toutefois, ils conviennent mieux aux canettes, parce que les canettes ont une simple surface, tandis que les bouteilles ont plus de courbes, ce qui complique le processus d'adhésion. Les manchons rétractables sont également connus pour casser le verre pendant le processus d'application. Il en résulte beaucoup de pertes de produit pendant la fabrication. Par conséquent, les manchons rétractables sont généralement posés par un spécialiste. Bien qu'il s'agisse de l'option la plus coûteuse, les manchons rétractables offrent l'avantage d'une stratégie de marque à 360 degrés avec une allure professionnelle. Il est important de noter que les manchons rétractables sont appliqués avec de la chaleur. Par conséquent, il faut veiller à ne pas entreposer ces étiquettes dans un endroit chaud.

Bien que l'application de l'étiquette soit la dernière étape du processus de fabrication de la bière, ce ne doit pas être la dernière chose à laquelle vous pensez. À part votre logo et votre stratégie de marque, votre étiquette en dit long sur vous et sur la qualité de votre bière. En racontant une bonne histoire sur un produit au goût excellent qui utilise des matières de bonne qualité, on obtient des clients réguliers, ce qui est le but ultime de toute entreprise, pour survivre. Par conséquent, vous devez prendre le temps de sélectionner

soigneusement le type d'étiquette qui conviendra à votre produit et qui sera attirant pour les consommateurs. Parlez à autant de fournisseurs d'étiquettes que possible, ainsi qu'à d'autres brasseurs artisanaux déjà en affaires, pour comprendre les avantages et les inconvénients de chaque type d'étiquette. Ainsi, vous aurez plus de facilité à choisir le type d'étiquette qui convient le mieux à votre bière à un prix qui maximisera vos profits.

Les lignes directrices en matière d'étiquetage

LCBO a produit un document qui s'intitule *Normes d'emballage des produits – Lignes directrices pour l'analyse chimique*, qui est fondé sur les exigences fédérales et provinciales quant à la composition des étiquettes. Ce document a été conçu pour aider les brasseurs à concevoir des étiquettes qui respectent les exigences de LCBO. Pour de plus amples renseignements, allez à www.doingbusinesswithlcbo.com/tro/Packaging-Quality/Downloads/PPS_FR.pdf.

Les microbrasseurs de l'Ontario doivent respecter les règles et règlements sur l'étiquetage qu'énonce l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Les lois et règlements de l'ACIA sur l'étiquetage comprennent la *Loi sur les aliments et drogues*, le *Règlement sur les aliments et drogues*, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* et le *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*. L'ACIA a développé un outil d'étiquetage industriel pour aider les fabricants d'aliments et de boissons à étiqueter leurs produits avec exactitude et dans les limites de la loi. Cet outil donne des renseignements sur les règlements essentiels en matière d'étiquetage ainsi qu'une liste de contrôle sur l'étiquetage pour vous aider tout au long du processus (www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/fra/1383607266489/1383607344939). Pour de plus amples renseignements, contactez votre bureau local de l'ACIA.

Alcool : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296.

Personnes-ressources : www.inspection.gc.ca/au-sujet-de-l-acia/bureaux/fra/1313255382836/1313256130232

Publicité – Boissons alcoolisées : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296?chap=7

Information propre au produit pour la bière : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296?chap=9

L'étiquetage des aliments pour l'industrie : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/fra/1383607266489/1383607344939



L'étiquetage de la bière : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296?chap=9

Exigences en matière d'étiquetage des boissons alcoolisées : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/fra/1392909001375/1392909133296

L'ajout des matières glucidiques à la bière : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/alcool/avis-a-l-industrie-2013-07-08/fra/1378949873785/1378949957591

Allégations « sans allergène », « sans gluten » et mises en garde : www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/allergenes-et-gluten/fra/1388152325341/1388152326591?chap=2

Liste de contrôle

- ☐ Je comprends les avantages et les inconvénients de l'utilisation de bouteilles ou de canettes et j'ai intégré mes choix d'emballage à mon plan d'entreprise.
- ☐ J'ai fait mes devoirs quant aux différents types d'étiquettes offertes.
- ☐ J'ai suivi les lignes directrices nécessaires pour l'emballage de ma bière de manière à communiquer le mieux possible ma marque aux consommateurs.
- ☐ J'ai utilisé l'outil d'étiquetage industriel de l'ACIA pour m'assurer que mon étiquette respecte les règlements.
- ☐ J'ai cherché à obtenir l'aide professionnelle requise pour valider l'exactitude de mon étiquette avant la distribution.







Section 5 : Options de vente au détail et de distribution

Les brasseurs de l'Ontario ont plusieurs options pour la distribution de leurs produits et pour atteindre le plus de consommateurs possible. Plusieurs options de distribution sont offertes aux brasseurs artisanaux de l'Ontario : la livraison directe, les entrepôts de LCBO et le réseau de distribution du Beer Store.

Dans la présente section, vous acquerez des connaissances sur les options de vente au détail et de distribution suivantes :

- Brewers Retail Inc. (BRI);
- Régie des alcools de l'Ontario (LCBO);
- Autodistribution aux bars et aux restaurants;
- Épiceries autorisées à vendre de la bière;
- Recyclage des contenants de boissons alcoolisées.

Brewers Retail Incorporated

Brewers Retail Inc., qui exerce ses activités sous le nom de Beer Store (TBS), est une entreprise privée autorisée en vertu de la *Loi sur les alcools* à vendre au public de la bière canadienne et importée. Cette entreprise a une politique de liste ouverte, et un brasseur peut inscrire autant de produits qu'il le souhaite dans autant de magasins qu'il le souhaite. Les brasseurs fixent leurs prix de vente, sous réserve des exigences quant à un prix minimum et à l'uniformité des prix.

Les options de distribution

Un brasseur peut livrer ses produits directement aux emplacements du Beer Store, ou moyennant des frais, utiliser le réseau d'entrepôts et de distribution du Beer Store.

Un brasseur peut également utiliser le programme « Service on Tap » du Beer Store pour livrer de la bière aux bars et aux restaurants titulaires de permis.

Nouvelle entente-cadre relative à la vente de bière en Ontario

En fonction des recommandations du Conseil consultatif de la première ministre pour la gestion des biens provinciaux (2015), le gouvernement de l'Ontario a conclu une série d'accords avec le Beer Store. Ils furent conclus dans le but d'établir des règles uniformes pour les brasseurs installés en Ontario tout en créant de



nouvelles possibilités de croissance économique dans les collectivités de l'ensemble de la province. Voici certains des changements apportés, dans le cadre de la nouvelle entente-cadre relative à la vente de bière en Ontario, qui touchent TBS :

- Propriété : TBS a ouvert son régime d'actionnariat à tous les brasseurs ayant des installations en Ontario.
- Gouvernance : la structure de gouvernance de TBS sera une entreprise gérée par un conseil d'administration qui exerce ses activités sans lien de dépendance avec ses propriétaires.
- Affectation du linéaire : TBS applique la règle 20-80, en affectant un minimum de 20 % du linéaire, de la présentation des marchandises, de la mise en marché et des programmes promotionnels aux petits brasseurs, au sein de TBS.
- Une meilleure expérience pour le consommateur : TBS s'est engagé à apporter des améliorations aux immobilisations pour moderniser son réseau.

L'inscription sur la liste du Beer Store

Contactez le Beer Store directement pour obtenir un contrat d'utilisation et une liste de magasins pour examen. Fournissez votre fiche signalétique pour chaque produit, afin d'aider TBS à déterminer les magasins où votre produit se vendra bien. Les brasseurs de l'Ontario peuvent indiquer autant de magasins de bière qu'ils le souhaitent, pour maximiser leur potentiel de marché et leur portée commerciale. Lorsque vous aurez votre permis de fabricant de la CAJO et que vous voudrez vous inscrire au Beer Store, soumettez à TBS :

- Le contrat d'utilisation rempli;
- Une preuve d'assurance-responsabilité;
- Une liste des magasins où vous voulez vendre votre bière.

Les frais d'inscription de 2 900 \$ ne sont pas applicables aux nouveaux brasseurs artisanaux de l'Ontario dont les ventes à TBS sont inférieures à 10 000 hl par année. Des frais de 236 \$ par magasin seront demandés au-delà de sept magasins (il n'y a aucuns frais d'inscription pour les sept premiers magasins). Si vos bières sont déjà au Beer Store, les nouveaux frais d'inscription s'appliqueront la prochaine fois que vous inscrirez un nouveau numéro d'article. TBS a des politiques concernant la radiation de produits; assurez-vous de les connaître et de connaître vos obligations si vous souhaitez radier des produits à l'avenir.

REMARQUE : Les frais d'inscription peuvent changer annuellement, alors tenez-vous au courant des frais et des modifications aux règles du Beer Store. Consultez le site Web (www.thebeerstore.ca/ [en anglais seulement]).

Régie des alcools de l'Ontario (LCBO)

LCBO est le plus grand détaillant de boissons alcoolisées en Ontario. La bière artisanale locale est le segment brassicole qui connaît la plus rapide expansion, à LCBO. Les nouvelles brasseries sont invitées à soumettre des produits dans le cadre des appels d'offres de produits de LCBO. Il y a deux appels d'offres



par année pour les nouvelles brasseries, deux autres pour les brasseries existantes et quatre autres pour les produits saisonniers. Les brasseries peuvent fixer leurs propres prix de détail, qui doivent être uniformes dans tous les réseaux de vente au détail, en vertu des exigences législatives de l'Ontario.

Avant de faire affaire avec LCBO, vous pouvez en savoir plus sur le processus en :

- Parlant avec les Ontario Craft Brewers, ainsi qu'avec d'autres brasseurs artisanaux qui sont déjà inscrits à LCBO, afin de bénéficier de leur expérience et de leurs conseils;
- Consultant le www.doingbusinesswithlcbo.com/ (en anglais seulement) pour obtenir des formulaires et des documents, et pour télécharger le manuel *Product Management Policy and Procedures*;
- Visitant un magasin LCBO dans votre collectivité ou près du lieu où vous fabriquez votre bière, et en parlant au gérant ou à la gérante de magasin et au personnel pour obtenir d'autres conseils;
- Contactant l'équipe de gestion des catégories « bière » et « cidre » de LCBO pour discuter de vos projets. Lors de telles discussions, il est utile de donner des renseignements détaillés sur le style de bière, le format, le prix, la clientèle cible et la mise en marché.

Les options de distribution

LCBO a deux réseaux de distribution pour les brasseurs artisanaux :

La distribution directe

Le brasseur livre directement ses produits aux magasins LCBO, soit lui-même, soit par l'entremise d'un tiers approuvé;

Les entrepôts de LCBO

Le produit est livré au centre de distribution de LCBO et expédié aux magasins par le centre de distribution.

REMARQUE : En contactant LCBO, n'oubliez pas de demander le délai entre le moment où les commandes sont passées et la date de livraison, car il pourrait affecter votre gestion des stocks et vos capacités d'entreposage.

L'autodistribution

Les petits brasseurs de l'Ontario peuvent livrer leur propre bière, ainsi que la bière d'autres petits brasseurs, directement aux magasins de LCBO, aux titulaires de permis et aux épiceries autorisées à vendre de la bière. Les brasseurs peuvent utiliser un tiers pour entreposer et livrer leur bière pour leur compte.

Pour de plus amples renseignements, consultez la politique de LCBO concernant la distribution par les petits brasseurs de l'Ontario (en anglais seulement) : www.doingbusinesswithlcbo.com/tro/Forms-Documents/Documents/Downloads/Ontario%20Small%20Brewer%20Distribution%20October%202015.pdf.



Les épiceries

Le gouvernement a étendu la vente de bière et de cidre aux épiceries autorisées. Jusqu'à 450 épiceries finiront par être autorisées à vendre de la bière et du cidre en Ontario. Vous trouverez de plus amples renseignements sur la vente de bière, de cidre et de vin dans les épiceries à : www.ontario.ca/fr/page/la-vente-de-biere-vin-cidre-dans-les-epiceries.

Les épiceries autorisées à vendre de la bière ne peuvent pas avoir d'intérêt financier dans la marque ou la marque de commerce de la bière et ne sont pas autorisées à offrir des bons de réduction ou des rabais pour l'achat de paquets multiples. Tout comme le Beer Store, les épiceries autorisées à vendre de la bière doivent consacrer au moins 20 % du linéaire de bière aux produits des petits brasseurs (moins de 400 000 hectolitres par an). En vertu de la politique d'uniformité des prix, le prix d'une bière sera le même dans tous les points de vente de l'Ontario.

LCBO a constitué un groupe d'opérations de vente au détail pour faciliter les affaires avec les épiceries (www.doingbusinesswithlcbo.com/big/index.html) (en anglais seulement). Il vous revient de décider si vous voulez vendre par l'entremise de ce réseau. En inscrivant vos produits à LCBO, dites-leur si vous voulez également que votre bière soit offerte dans les épiceries.

Les bières artisanales qui sont admissibles à la vente dans les épiceries doivent satisfaire les critères suivants :

- 750 ml ou moins;
- La teneur totale en alcool ne dépasse pas 7,1 % APV;
- Emballage de six contenants ou moins;
- Aucun panaché à base de malt;
- Aucun produit exclusif, aucune marque du fabricant.



En vertu des critères d'admissibilité ci-dessus, la bière artisanale inscrite à LCBO est fournie aux épiceries autorisées à vendre de la bière par LCBO, par TBS et directement par les brasseurs. Toutes les commandes doivent être passées auprès de LCBO, puis exécutées au moyen de multiples options de livraison. Pour de plus amples renseignements, téléchargez *LCBO Grocery Operations: Addendum to LCBO Product Management Policy and Procedures Manual for Wholesale to Authorized Store Operations* (www.doingbusinesswithlcbo.com/big/docs/Supplier%20Policies%20&%20Procedures%20Manual%20for%20Grocery%20Oct%202016.pdf) [en anglais seulement].

Le recyclage des contenants de boissons alcoolisées

L'Ontario a deux programmes de consignation pour les contenants de boissons alcoolisées :



- Le programme de consignation de contenants de bière du Beer Store;
- Le programme de consignation de l'Ontario.

En Ontario, les contenants de bière relèvent d'un de ces programmes. Les produits de bière inscrits au Beer Store font automatiquement partie de son programme de consignation (même s'ils sont également vendus à LCBO, dans une épicerie, dans un magasin-agence ou dans le magasin de détail d'une brasserie). Si les produits de bière ne sont pas inscrits à des fins de vente au Beer Store, ils feront automatiquement partie du programme de consignation de l'Ontario, ce qui signifie que les produits vont être broyés et non pas retournés à la brasserie. Ceci pourrait avoir des incidences importantes sur le coût des bouteilles, pour les brasseries qui utilisent des bouteilles exclusives. Pour de plus amples renseignements sur les bouteilles exclusives, lisez *L'emballage*, à la Section 4.

Dans le cadre de ces deux programmes, un dépôt remboursable est demandé au point de vente. Lorsque le contenant est rapporté au Beer Store, dans des magasins-agences de LCBO ou à des marchands de bouteilles vides, le dépôt du client est remboursé. Les titulaires de permis qui font partie du programme « Service on Tap » du Beer Store peuvent faire ramasser leurs contenants vides gratuitement, avec une livraison de bière.

Le Beer Store

Le programme de consignation de contenants de bière du Beer Store a débuté en 1927. Le Beer Store collecte les contenants de bière et les suremballages pour le compte de plus de 200 brasseurs qui vendent de la bière par l'entremise de son système de vente au détail et de vente en gros. Pour de plus amples renseignements sur le programme de consignation de bouteilles du Beer Store, allez à www.thebeerstore.ca/about-us/environmental-leadership (en anglais seulement).

L'initiative Bag it Back ou le programme de consignation de l'Ontario

L'initiative Bag it Back ou le programme de consignation de l'Ontario fut lancé par le gouvernement de l'Ontario en 2007 pour aider à détourner les matériaux recyclables de la décharge, ainsi que pour soulager le programme des boîtes bleues. Le programme couvre les contenants de vin et de spiritueux (de plus de 100 ml) vendus en Ontario, ainsi que les produits de bière non inscrits à des fins de vente au Beer Store. Consultez le site Web pour de plus amples renseignements sur le programme, ainsi que sur les articles admissibles et le montant de la consigne www.bagitback.ca/fr/index.shtml.

Liste de contrôle

- ☐ Je sais où je veux que mes produits soient vendus (c.-à-d., LCBO, TBS, épicerie autorisée).
- ☐ Je comprends les différentes options de distribution et j'ai contacté LCBO, le Beer Store et mon épicerie locale pour de plus amples renseignements.
- ☐ Je comprends les deux différentes options de distribution à LCBO.
- ☐ J'ai déterminé le programme de consignation qui convient à chacune de mes bières.



Annexe A

Définitions courantes

Voici les définitions des types courants d'exploitations brassicoles en Ontario :

Brasseur artisanal

Selon les Ontario Craft Brewers, l'envergure maximale actuelle d'une brasserie artisanale en Ontario est de 400 000 hectolitres de production mondiale de bière par année.

Microbrasserie

La production mondiale de cette catégorie de brasserie artisanale ne dépasse pas 50 000 hectolitres de bière par an (1 hectolitre = 100 litres).

Nanobrasserie

Une nanobrasserie fabrique moins de 3 000 hectolitres de bière par an.

Bistrot-brasserie

Un bistrot-brasserie est un restaurant-brasserie qui vend 25 % ou plus de sa bière sur place.

Brasseur contractuel

Un brasseur contractuel utilise le site de production, le matériel, et dans certains cas, la main-d'œuvre et l'expertise d'une brasserie existante pour produire sa bière. Un brasseur contractuel est responsable de ses propres activités de mise en marché et de promotion. Un brasseur contractuel peut être une nouvelle entreprise ou une brasserie traditionnelle établie qui choisit d'étendre sa production en sous-traitant une partie de la fabrication de sa bière à une autre brasserie.

L'enregistrement d'une entreprise en Ontario

Recherchez toutes les conditions applicables qui sont liées aux permis et aux licences en Ontario en consultant ce site Web appelé PerLE – (services.bizpal-perle.ca/fra/?b=35)

Les nouvelles entreprises de l'Ontario obtiennent ce qui suit (le cas échéant) :

- L'enregistrement pour obtenir un numéro d'entreprise (NE) (www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/services-electroniques/services-electroniques-entreprises.html). Enregistrez votre entreprise pour obtenir un NE si vous avez besoin des éléments suivants :



- TPS-TVH;
- Paie;
- Droits d'accise;
- Impôt sur les sociétés;
- Compte d'importation et d'exportation;
- L'enregistrement d'un nom commercial pour une personne morale (www.ontario.ca/fr/page/enregistrement-de-noms-commerciaux);
- Les statuts constitutifs ([www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/AttachDocsPublish/007-07116~1/\\$File/07116E.pdf](http://www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/AttachDocsPublish/007-07116~1/$File/07116E.pdf));
- L'enregistrement d'une entreprise personnelle ou d'une société en nom collectif ([www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/GetFileAttach/007-07219~1/\\$File/07219E.pdf](http://www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/GetFileAttach/007-07219~1/$File/07219E.pdf));
- L'enregistrement d'une société en nom collectif ou d'une société en commandite ([www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/AttachDocsPublish/007-07215~1/\\$File/07215E.pdf](http://www.forms.ssb.gov.on.ca/mbs/ssb/forms/ssbforms.nsf/AttachDocsPublish/007-07215~1/$File/07215E.pdf));
- La licence de droits d'exécution de la SOCAN dans le domaine de la musique (www.socan.ca/fr/licensees). Soumettez une demande à la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique si vous voulez interpréter, autoriser une prestation ou communiquer de la musique au public.
- Le Registre de la réglementation de l'Ontario (www.ontariocanada.com/registry/home.jsp). Trouvez des renseignements sur les nouveaux règlements et les projets de règlements qui pourraient affecter votre entreprise.

Conditions liées aux permis et aux licences

Les nouveaux brasseurs artisanaux de l'Ontario obtiennent ce qui suit (le cas échéant) :

- Licences de droits d'accise et cautionnement pertinent par l'Agence du revenu du Canada (www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/publications/ed200-2/directives-relatives-a-octroi-licences-droits-accise-cautionnement-pertinent-demande-octroi-licences-droits-accise.html);
- Le Guide pour les fabricants de bière de mai 2017 de la CAJO (www.agco.ca/sites/default/files/2092_beer_manufacturers_guide_fr_1.pdf), et faites une demande sur Internet à www.agco.ca/fr :
 - De permis d'alcool des fabricants;
 - D'autorisation de magasin de détail sur les lieux d'une brasserie;
 - De permis « au verre »;
- Le permis de prélèvement d'eau (www.ontario.ca/fr/page/permis-de-prelevement-deau).

