

Un goût pour le vin

Retour sur la création de la société des alcools du Québec

Marie-Joëlle Duchesne

Numéro 140, hiver 2020

Modernisation, transformation et mutation : le Québec dans la mire
des jeunes historiens

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/92640ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Duchesne, M.-J. (2020). Un goût pour le vin : retour sur la création de la société
des alcools du Québec. *Cap-aux-Diamants*, (140), 9–13.

UN GOÛT POUR LE VIN

RETOUR SUR LA CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC

par Marie-Joëlle Duchesne

La récente légalisation du cannabis au Canada et, conséquemment, sa commercialisation par la Société québécoise du cannabis soulèvent des interrogations quant aux rapports qu'elle entretiendra avec ce produit. Au regard de cette situation, il est intéressant d'examiner le rapport que la Société des alcools du Québec a elle-même entretenu avec l'alcool au moment de sa création en 1971. Désormais déga-gée des fonctions de surveillance qui plombaient les ailes de la (pourtant depuis peu réformée) Régie des alcools du Québec (1961-1971), la SAQ pouvait se consacrer entièrement au commerce des boissons alcooliques. Le vin y prendra alors une place de premier choix. Survol de la décennie enchâssant cette libéralisation.

LA COMMISSION DES LIQUEURS

Mais d'abord, un détour par la Commission des liqueurs où le vin a occupé une place particulière dès son institution en 1921. Puisque la bière domestique échappe à la tutelle gouvernementale, le vin est présenté comme une boisson phare pour mener à terme l'objectif social, ouvertement affiché dans le premier rapport annuel, de « transformation des habitudes d'un peuple ». La vente de spiritueux est ainsi limitée à une seule bouteille par visite jusqu'en 1941, tandis que le vin se dérobe à toute restriction. De plus, quatre succursales réservées



L'intérieur d'une des quatre boutiques réservées à la vente de vin de la Commission des liqueurs, dans lesquelles une certaine clientèle peut s'attabler confortablement pour déguster. (*L'histoire de l'alcool au Québec*, 1986, p. 81).

exclusivement à la vente de vin voient le jour dans la première décennie de la Commission. Aux antipodes des succursales grillagées et volontairement inhospitalières, celles-ci offrent la possibilité de s'attabler pour déguster en tout confort. Non seulement ce contraste témoigne-t-il du statut d'exception réservé à cette boisson, mais il expose simultanément l'encadrement nécessaire à une bonne conduite qui se distingue de la consommation populaire. Cette distinction est bien résumée en 1916 par le docteur Joseph Gauvreau,

un des acteurs du second mouvement de tempérance : « Nous ne voulons pas, pratiquement parlant, empêcher le petit nombre de buveurs de vin importé, de boire leur vin. Nous voulons empêcher la masse, le peuple qui ne boit pas de vin » (Robert, 2019). Suivant cette logique et devant l'attrait que représente le secteur touristique, la Commission des liqueurs mettra en place, en 1926, le règlement « K » qui reconnaît un droit à la clientèle hôtelière d'exiger un approvisionnement adéquat et constant en matière de vin. Ainsi, « tout porteur de permis pour

la vente du vin dans les salles à manger d'un hôtel ou d'un restaurant devra avoir constamment à la disposition de sa clientèle l'approvisionnement de vins ci-après énuméré [...] » (*Rapport annuel*, 1926). Il s'agira d'une bouteille de sherry, deux de bordeaux blancs, deux de bordeaux rouge et d'une de bourgogne.

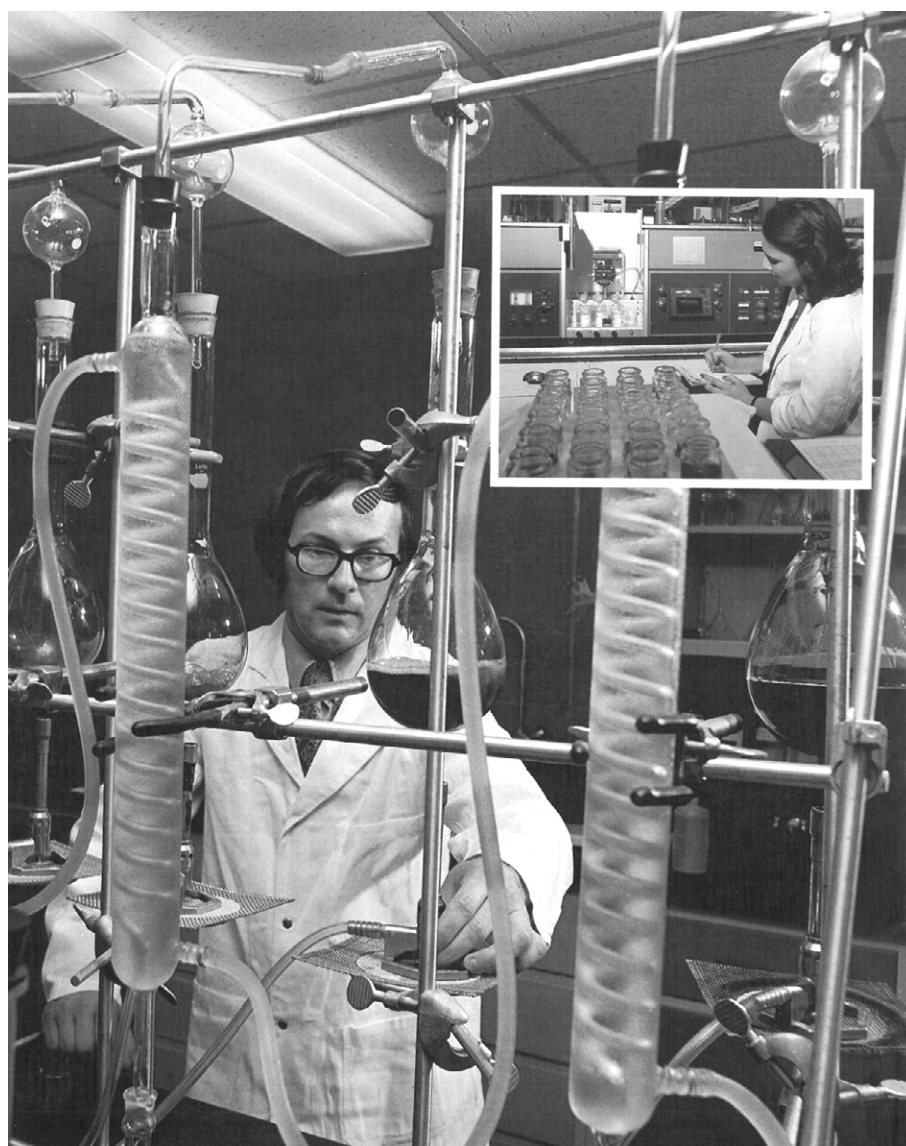
Avec l'essoufflement des discours de tempérance et face à l'apparente inertie du monopole d'État, la justification d'une intervention étatique emprunte de nouveaux discours. Un événement, par ailleurs, propulsera une vaste remise en question. Dans la nuit du 8 novembre 1968, le chef de police de la ville de Vanier (aujourd'hui Québec) saisit une cargaison de spiritueux et dévoile au grand jour un réseau commercial clandestin qui a cours malgré le déclenchement d'une grève à la Régie des alcools cinq mois auparavant. Ce qu'on appelle « l'affaire de Vanier » provoquera l'institution, dix jours plus tard, de la Commission d'enquête sur le commerce des boissons alcooliques au Québec, communément appelée commission Thinel du nom de son président, le juge Lucien Thinel. L'enquête a comme objectif de trouver les moyens les plus efficaces et les plus économiques d'assurer le commerce et sa surveillance, et ce, en procurant « des revenus essentiels au développement du Québec, sous forme d'impôt ou autrement » (nous soulignons, *Rapport annuel*, 1971). C'est ainsi que seront conviés à la commission les principaux joueurs de l'industrie – brasseurs, distillateurs et associations des détaillants en alimentation, des hôteliers et du tourisme – venant tantôt discréditer la tutelle de l'État, tantôt recommander son maintien.

En trame de fond du rapport final, déposé en février 1971, se lit donc le constat d'un système gangrené et en décalage avec son époque. Car pour les commissaires, l'origine de ces réflexions dépasse le scandale du 8 novembre et s'enracine plus profondément dans un « malaise » provoqué par l'incohérence de la loi face à sa population et

témoigne, par le fait même, d'un nouveau rapport à l'alcool. Ce dernier s'incarne dans la figure du « buveur social » introduite dans le deuxième chapitre du rapport intitulé « L'alcool dans la société d'aujourd'hui » et dont les motivations se situeraient au centre du spectre allant du simple plaisir d'éteindre sa soif au désir d'échapper aux contraintes de sa réalité. Ce buveur se veut à l'image d'une société québécoise imbue de liberté, plus instruite, donc nantie et plus urbanisée, commandant en retour au législateur qu'il se mette à son niveau et qu'il

« rajeunisse » ses textes de loi. Le secteur touristique viendra encore une fois peser dans la balance législative, car si la loi doit refléter les nouvelles mœurs de la population québécoise, elle doit aussi être « conforme à la vocation touristique du Québec » (*Rapport annuel*, 1971).

L'image du Québec constituera une assise à partir de laquelle les commissaires étayeront plusieurs de leurs recommandations. Ainsi, la commission positionne les habitudes de consommation au Québec en regard de celle de ses voisins immédiats et étrangers.



Une pièce maîtresse de l'expertise de la nouvelle administration de la Société des alcools sera le contrôle de la qualité. Tests par paires et tests triangulaires permettent de garantir l'uniformité entre deux arrivages, tandis que les analyses chimiques corroborent la promesse de stabilité et l'intégrité de l'information contenue sur l'étiquette. (*Rapport annuel 1973-1974*, p. 2).

Bien que le vin soit de plus en plus présent à la table des Québécois et des Québécoises, ce sont d'abord la bière puis les spiritueux, en particulier le gin, qui tiennent les premiers rangs des statistiques de consommation. Mais si la consommation de vin au Québec est légèrement inférieure à la moyenne canadienne, les commissaires insistent néanmoins sur la réputation de « fin connaisseur en vin » du consommateur québécois. L'absence d'explication, autre que la corrélation entre cette réputation et la diversité de l'offre de la Régie, fait montre du caractère culturel que peuvent revêtir l'acquisition et la production de connaissance en matière de vin. C'est par ailleurs son affiliation alimentaire, comme produit de la table, qui est mise de l'avant dans le rapport pour justifier une plus grande libéralisation du commerce vinaire. Il s'agit pour les commissaires d'offrir à la ménagère la possibilité de compléter ses achats de vin à même le marché d'alimentation, une recommandation qui aboutira en 1978 au projet de loi 21, première brèche au monopole, qui encadre la vente de certains vins dans les épicereries et les dépanneurs. Cette nouvelle figure est également révélatrice d'une conception scientifique de l'alcool comme aliment à « potentiel » d'intoxication. Cette nuance est révélatrice du discours technique du rapport : « le facteur critique n'est pas tellement la quantité d'alcool qui est absorbée dans l'estomac, mais plutôt la quantité qui pénètre dans le circuit sanguin et la vitesse avec laquelle l'alcool est assimilé par l'organisme » (*Rapport annuel*, 1971). Ainsi, la dimension morale entourant l'abus d'alcool, comme problème sociétal collectif, venue justifier la créa-

tion de la Commission des liqueurs, se mue ici en dimension de droit individuel. Armés d'études sur l'alcoolisme provenant d'une douzaine de pays occidentaux, les commissaires concluent, sans toutefois définir ce qu'ils considèrent comme un individu alcoolique, qu'on

de prime abord avec les discours de modernisation du rapport Thinel, la voie préconisée par les commissaires, conscients de la gravité sociale et économique du problème que représente l'alcoolisme, demeure familière : « [c]'est plutôt en insistant sur l'usage modéré que la population doit faire des boissons alcooliques qu'on l'amènera à les considérer comme des produits ordinaires qui n'ont rien de peccamineux. C'est par l'éducation populaire et non la répression qu'on peut favoriser la tempérance. » (*Rapport annuel*, 1971) Ainsi, les recommandations du rapport ébranleront fatalement les murs de la Régie des alcools, mais ses fondations résisteront puisqu'il s'agit moins de remettre en question l'intervention gouvernementale que d'en améliorer l'efficacité. Un des processus amélioratifs est le volet de la qualité des produits et des services, qui deviendra la clé de voûte de la nouvelle mouture du monopole. Fort d'un nouvel appareil administratif public, l'État québécois moderne peut désormais se faire l'ambassadeur, au moyen d'une société paragon gouvernementale à vocation commerciale, d'une manière « moderne » de bien boire, mais aussi d'une manière « moderne » de bien servir sa clientèle. Ainsi, le 10 juillet 1971 les lois 44 et 47 créent respectivement la Commission de contrôle des permis d'alcool et la Société des alcools du Québec. L'État, désormais délesté de sa charge de commerçant vertueux, se porte garant d'un commerce efficace, rationnel et rentable.

HONNI SOIT QUI MAL Y BOIT

La direction du premier mandat strictement commercial de la Société des alcools incombera au comptable Jacques Desmeules qui, à l'âge de 36 ans, devient le plus jeune gestionnaire de l'histoire du monopole. Sa jeunesse n'est pas anodine, puisqu'avec cette candidature, on



Une affiche pour souligner le lancement de la Cuvée des patriotes dans le cadre des festivités de la Saint-Jean-Baptiste et de la Semaine du patrimoine en 1976. Le slogan « Honni soit qui mal y boit » fera également l'objet d'une publicité télévisée. (*L'équipe*, 3, 4, p. 5).

ne peut brimer les droits de la majorité au nom d'une minorité qui est incapable de se modérer. Et puisque les causes de l'alcoolisme sont multiples et encore incertaines, la causalité ne peut être exclusivement attribuée à la libéralité du commerce ni à la publicité à laquelle on serait exposé. Malgré ce revers touchant la responsabilité de l'État – désormais désuète en ce qui concerne l'implantation de la vertu – le rapport ne recommande pas pour autant la privatisation du commerce. Si les objectifs de « transformation des habitudes d'un peuple » contrastent



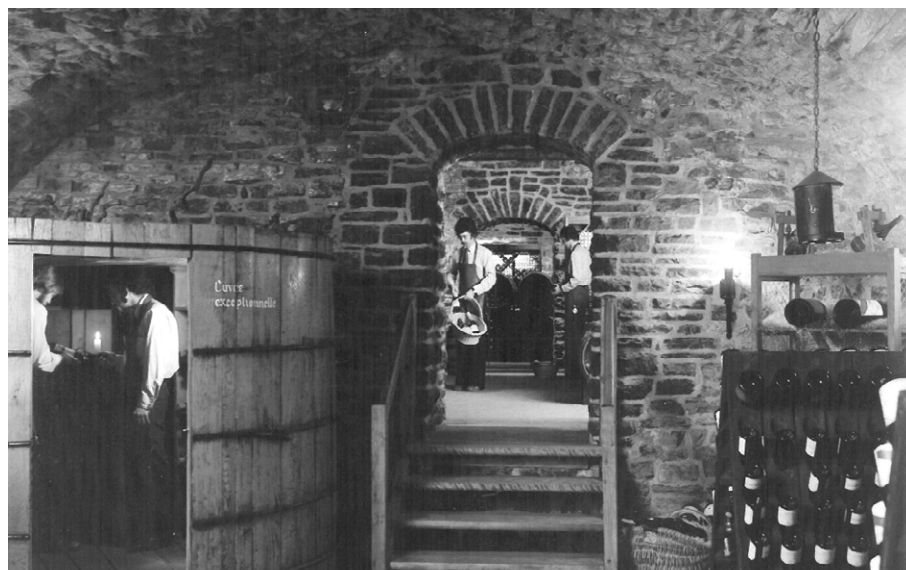
« Jean Boivin (Robert Toupin) et son épouse Véronique (Suzanne Lévesque) forment un couple de Québécois moderne. Par le truchement de leurs réceptions, ils informent les consommateurs sur les vins, se consacrant à leur âge, leur couleur, leur goût et leur consistance. » (*Encyclopédie artistique 75 TV Hebdo*, vol. 3, p. 92).

souhaite renouveler radicalement l'ancienne Régie. Il s'agit non seulement de réformer sa structure administrative et d'arrimer sa mission commerciale aux meilleures pratiques du secteur privé, mais également de transformer son image. En 1972, un slogan – pour mieux vous servir – et un sigle – un verre sur pied rappelant la lettre Q sur un fond de couleur bourgogne – dévoilent les orientations de la nouvelle société d'État. Bien que « ne voulant pas exclure l'élément de consommation d'autres alcools » (*Rapport annuel*, 1973), le vin prendra néanmoins une place privilégiée dans les activités commerciales de la SAQ. Il permettra de justifier la pertinence du monopole commercial sur deux plans : d'abord, sur celui des connaissances oenophiliques et oenologiques qui forment un champ en plein essor, principalement en France et aux États-Unis, et deuxièmement, sur le plan macroéconomique, en faisant de la SAQ un acteur de premier plan dans l'industrie vinicole naissante.

La formation des employés déjà en place et l'embauche de spécialistes constituent les premières pierres à l'édifice d'expertise que souhaite bâtir la

Société des alcools du Québec. À l'image du président, jeunesse et compétence porteront le projet de modernisation : « [des] spécialistes jeunes et compétents [...] ont été sélectionnés [...] et la moyenne d'âge de ces nouveaux arrivés est 30 ans. » (*Rapport annuel*, 1972). Le déploiement d'une culture d'entreprise alliant compétences humaines et rationalité technique transparaîtra sur les manières d'envisager l'objet du vin. Par exemple, le laboratoire de contrôle, bien qu'en fonction depuis les débuts de la Commission des liqueurs, deviendra sous ce nouvel éclairage le haut lieu de la dégustation nouvellement codifiée et objectivée par l'analyse sensorielle. La protection du consommateur passera non seulement par la garantie d'intégrité chimique des produits, mais aussi par la garantie impartiale d'une constance organoleptique entre les arrivages « que même un public averti ne pourrait pratiquement jamais détecter » (*Rapport annuel*, 1973). Cette idée d'un public (de plus en plus) averti deviendra d'ailleurs l'objet de nombreuses campagnes publicitaires visant l'acquisition de connaissances en matière de consommation de vin, dont la plus

notoire sera la diffusion, en 1974, d'un court téléroman intitulé *Les Boivin*. Sous forme de sketches, le public québécois suivra les aventures d'un couple (Robert Toupin et Suzanne Lévesque) aux prises avec « les problèmes courants d'association de vins et de mets que l'on rencontre lorsqu'il s'agit d'organiser une réception ou un repas » (*L'équipe*, 1, 3, 1974). Les connaissances de la clientèle québécoise seront canalisées vers un objectif de consommation réfléchie, appropriée et esthétisée. Ainsi, les conventions traditionnelles du mariage vin-mets, l'apanage des clubs et des restaurants gastronomiques, prendront la forme d'une éducation populaire diffusée dans l'ensemble du territoire. L'image du vin deviendra en soi polysémique puisque convoquée tant pour son caractère traditionnel que pour sa modernité, comme le témoigne l'aménagement « tantôt modernes, tantôt rustiques » (*L'équipe*, 3, 3, 1976) des nouvelles Maisons des vins à Québec (1973), à Montréal (1975) et à Hull (1977). De plus, libérée des contraintes des premières succursales où l'achat se fait par l'intermédiaire du commis au comptoir, la formule du libre-service devient



La Maison des vins de Québec est inaugurée en 1973 dans une des premières maisons coloniales de la place Royale. Son décor, empreint de tradition, regorge d'accessoires de vinification en bois et sa cave fera office de cellier. Celle de Montréal ouvre ses portes en 1975, rue du Président-Kennedy, en plein centre-ville, et rompt complètement avec l'atmosphère de Québec en proposant un cadre résolument moderne. (*L'histoire de l'alcool au Québec*, 1986, p. 172.).

la promesse du « libre choix » (*L'équipe*, 4, 1, 1975). Un choix qui nécessite en revanche des connaissances que la SAQ entend bien produire.

DU VIN FABRIQUÉ AU QUÉBEC

En plus de son rôle de percepteur fiscal et de prestataire de services publics, la SAQ représente pour l'État québécois un levier incontournable dans un contexte de développement économique. Dans un discours tenu devant l'Assemblée nationale deux jours avant l'adoption du projet de loi, le ministre libéral des Finances Raymond Garneau extrapole sur le mandat de la commission Thinel en y adjoignant une fonction tentaculaire : « La Société des alcools du Québec doit devenir, comme toutes les autres sociétés d'État, un instrument dynamique d'intervention de l'État dans le secteur industriel » (*Journal des débats*, 8 juillet 1971). De fait, la loi 47 garantira à la SAQ un rôle de consultation auprès du ministre des Finances pour l'émission et le contrôle des permis industriels. La SAQ participe dès lors au renouveau industriel du secteur du cidre et aide à implanter celui du vin fabriqué à partir de moût et de vin importés, un secteur qui lui était auparavant exclusif. Elle entreprend de réaménager l'ancienne usine d'embouteillage datant du temps de la Commission et en acquiert une seconde en vue d'augmenter la capacité de production et de diversifier le portefeuille de ses marques maison. Ces vins conditionnés et embouteillés par la SAQ lui permettront non seulement d'exposer son engagement à l'essor économique de la province – en s'approvisionnant en matériel québécois, en générant des emplois et en faisant l'objet de formations universitaires –, mais lui donneront aussi la possibilité de se livrer à de nouvelles pratiques commerciales venant soutenir l'industrie vinicole (et non viticole). Ainsi, en 1976, l'équipe de mise en marché procède à un changement d'habillage qui fera l'objet d'une campagne publicitaire télévisée, où l'on

met l'accent sur les connaissances d'un jeune consommateur (« ya pas à dire, tu connais ça l'vin mon grand »), l'appartenance collective (« importés de France, mais mis en bouteille par *notre* Société des alcools ») et les bas coûts que garantit cette production locale efficace et rentable (« moins de deux dollars cinquante chacun »). L'amalgame d'interpellations permet ici le glissement entre le consommateur averti, le citoyen et le contribuable, trois chapeaux souvent interchangeables dans les discours des élus et des dirigeants de la société d'État. En outre, si l'objectif de ce remaniement est « de fournir à nos marques privées une présentation digne de leur qualité » (*L'équipe*, 2, 3, 1975), il visera également une commercialisation modifiable. Ainsi est lancée en 1976, pour les festivités de la Saint-Jean-Baptiste et de la Semaine du patrimoine, la Cuvée des patriotes qui remplace la cuvée initialement étiquetée sous la dénomination bourgogne. L'année d'après, le pendant blanc de cette même cuvée fera peau neuve sous la marque Cuvée des muses, une étiquette lancée à la demande du maire Jean Drapeau pour une soirée vin, fromage et musique à l'aréna Maurice-Richard. Ainsi perçoit-on la malléabilité des discours entourant la consommation d'un même produit, rejoignant l'idée mentionnée précédemment de polysémie – une polysémie de fait entretenue par la société d'État. Ces paradoxes sont révélateurs du contexte historique que nous venons de survoler. L'image d'une rupture radicale avec le passé, projetée par les nouveaux signaux envoyés par la « nouvelle » société d'État, se modèle à partir d'un canevas technocratique et d'une mise en valeur, ou plutôt d'une mise en équivalence, des ressources humaines productives et consommatrices, partie prenante de l'embrayage sociétal. L'objet du vin – industrialisable, enseignable et commercialisable – devient un conduit exemplaire. L'élection du Parti québécois, en novembre 1976, fera pour sa part accélérer la dimension

identitaire qui commence à se construire entre cette récente massification de la consommation de vin et la généalogie française des nouveaux Québécois. Mais pour l'heure, il s'agit encore d'une consommation moderne en phase avec celle de l'Amérique du Nord.

Marie-Joëlle Duchesne est étudiante à la maîtrise à l'Université du Québec à Montréal.

Pour en savoir plus :

Sources

Débats parlementaires

Bibliothèque de l'Assemblée nationale, *Débats de l'Assemblée nationale du Québec*, 1970-1976

Journal des débats, deuxième session, 29^e législature, le jeudi 8 juillet 1971, vol. II, n° 71, p. 3327.

Société des alcools du Québec

L'équipe, journal interne, 1974-1977.

Rapport annuel de la Société des alcools du Québec, 1971-1978.

Honni soit qui mal y boit, <https://www.youtube.com/watch?v=JyheT2V-G5nY>.

Commission des liqueurs du Québec

Rapport annuel, 1922.

Rapport

Lucien Thinel. *Rapport de la Commission d'enquête sur le commerce des boissons alcooliques*. Québec, s.é., 1971.

Études

Robert Prévost, Suzanne Gagné et Michel Phaneuf. *L'histoire de l'alcool au Québec*. Montréal, Société des alcools du Québec et les Éditions Alain Stanké, 1986.

Caroline Robert. « À qui la faute? » : *le second mouvement de tempérance et l'État au Québec (1870-1922)*, Mémoire de maîtrise, histoire, Université du Québec à Montréal, 2019.

Jean-Jacques Simard. *L'éclosion. De l'ethnie-cité canadienne-française à la société québécoise*. Québec, Les éditions du Septentrion, 2005.