



Une réglementation intoxicante

Obstacles au commerce interprovincial
des boissons alcoolisées pour les PME

Novembre 2025

FCEI
FÉDÉRATION CANADIENNE
DE L'ENTREPRISE INDÉPENDANTE
En affaires pour vos affaires.

Introduction

Au Canada, les magasins d'alcools proposent un vaste choix de produits alcoolisés internationaux, mais bien souvent, les produits canadiens provenant d'autres provinces y sont introuvables. Ainsi, un voyageur qui découvre une microbrasserie en Alberta ou un producteur de vin artisanal en Colombie-Britannique constatera avec regret qu'il ne peut pas se procurer leurs produits chez lui en Ontario, au Nouveau-Brunswick ou au Québec. Cette absence de produits canadiens n'est pas attribuable à un problème de qualité ou à la faible demande des consommateurs, mais bien à une réglementation provinciale obsolète et incohérente, à des formalités administratives excessives pour l'entrée sur le marché et à un manque de transparence en ce qui concerne les majorations et les structures de prix - autant de facteurs qui entravent le commerce interprovincial.

« Les obstacles auxquels une entreprise canadienne se heurte pour commercialiser ses produits dans nos propres frontières sont non seulement absurdes, mais inutiles, car ils limitent les vastes retombées économiques que les distilleries pourraient avoir sur l'économie canadienne. »

- Propriétaire d'une distillerie,
Colombie-Britannique

Le secteur canadien des boissons alcoolisées est largement alimenté par de petites et moyennes entreprises (PME) indépendantes. En 2021, le pays comptait environ 830 brasseries, 508 vignobles et 191 distilleries¹. Des vignobles de la vallée de l'Okanagan en Colombie-Britannique jusqu'aux brasseries artisanales et cidreries de l'Île-du-Prince-Édouard, ces entrepreneurs jouent un rôle essentiel dans l'économie, car ils emploient des milliers de Canadiens, soutiennent les communautés locales et attirent des touristes.

Leurs retombées collectives vont au-delà des frontières locales. Au cours de l'exercice 2023-2024, les gouvernements fédéral et provinciaux ont tiré des recettes de 13,5 milliards de dollars du contrôle et de la vente de boissons alcoolisées. Près de 60 % de cette somme (7,97 milliards de dollars) a été générée par des produits fabriqués au Canada, ce qui souligne le rôle essentiel des PME canadiennes (brasseries, vignobles, distilleries) dans l'activité économique du pays².

Malgré leur contribution, les PME qui veulent étendre leurs activités dans d'autres provinces se heurtent à des obstacles extrêmement difficiles à surmonter. Contrairement aux grands joueurs bien établis, qui peuvent absorber des coûts de mise en conformité lors de leur expansion, les petits producteurs n'ont souvent pas les ressources nécessaires pour s'y retrouver dans le dédale administratif des exigences relatives aux permis, des règlements de distribution et des politiques d'expédition restrictives. Pour les PME, les disparités entre politiques se traduisent par des retards coûteux, des règles incohérentes et des occasions perdues. Du côté des consommateurs, cette situation

¹ Ces chiffres sont tirés des données de Statistique Canada en date de décembre 2021 et incluent les entreprises comptant entre 1 et 499 employés.

fait augmenter les prix tout en limitant l'accès au vaste éventail de vins, bières et spiritueux produits partout au Canada.

Les PME et les consommateurs veulent du changement. Selon un sondage de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), trois propriétaires de PME sur quatre (77 %) estiment que les consommateurs canadiens devraient pouvoir acheter des boissons alcoolisées canadiennes (vin, bière et spiritueux artisanaux) directement à des producteurs de n'importe où au Canada, sans restrictions³. De plus, un sondage Angus Reid réalisé en mars 2025 a révélé que 80 % des Canadiens sont en faveur d'une libéralisation du commerce interprovincial des boissons alcoolisées, comme c'est le cas pour n'importe quel autre bien de consommation⁴. Ce vaste soutien de la population démontre le décalage croissant entre les attentes des consommateurs et les obstacles réglementaires obsolètes, qui continuent de freiner le secteur.

De plus, la guerre commerciale qui sévit actuellement entre le Canada et les États-Unis souligne la nécessité de renforcer les marchés canadiens intérieurs. Lorsque des magasins partout au Canada ont cessé de vendre les produits alcoolisés américains en réponse aux droits de douane des États-Unis, ils ont libéré de l'espace sur les tablettes qui aurait pu - et qui aurait dû - être occupé par des produits canadiens. Comme l'a expliqué une distillerie du Manitoba, « le commerce intérieur pourrait contribuer à stimuler la croissance économique au Canada et dans notre secteur, ce qui compenserait les dommages causés par les droits de douane américains ». À la place, les PME se heurtent à des règles interprovinciales rigides et à des formalités administratives excessives, qui les empêchent de prendre de l'expansion dans d'autres provinces et qui les forcent à renoncer à un vif potentiel de croissance.

Le Canada a commencé à prendre des mesures pour réduire les obstacles au commerce intérieur, mais les boissons alcoolisées demeurent l'un des cas les plus flagrants et les plus persistants. Des progrès ont été observés récemment, dont un nouvel accord visant à adopter des plateformes de vente directe aux consommateurs dans les 10 provinces et dans un territoire. Ces mesures constituent des avancées positives, mais la réforme ne devrait pas s'arrêter là⁵. En effet, des obstacles plus larges et profondément enracinés continuent de freiner la croissance, l'innovation et la concurrence en matière de commerce intérieur de boissons alcoolisées au Canada. Le présent rapport porte sur ces obstacles et leur incidence sur les PME canadiennes.

La circulation des produits alcoolisés au Canada

Malgré des démarches pour faciliter le commerce intérieur, la circulation des produits alcoolisés au Canada reste soumise à de nombreuses restrictions. En 2019, le Fonds monétaire international a écrit que la restriction des ventes de boissons alcoolisées à des clients d'autres provinces constituait un obstacle commercial prohibitif au Canada⁶. L'Accord de libre-échange canadien (ALEC) signé en 2017 visait à réduire ces obstacles, mais a expressément exclu les boissons alcoolisées pour l'ensemble des provinces en adoptant des exceptions propres à chaque partie⁷. Par conséquent, la libre circulation des produits alcoolisés fait toujours l'objet d'un contrôle serré de la part des gouvernements provinciaux et territoriaux.

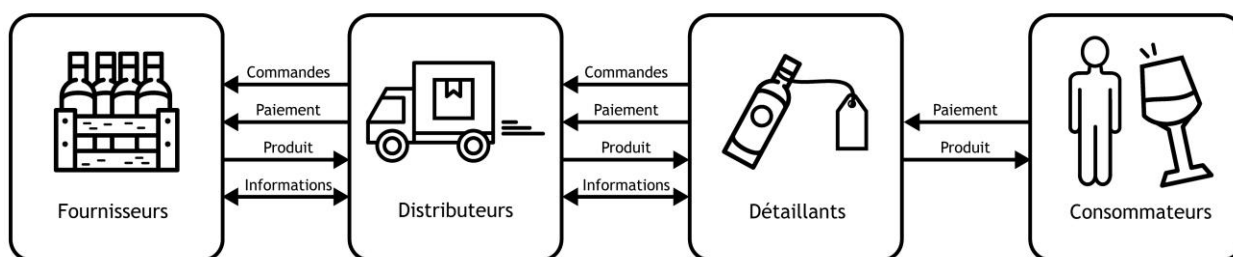
Au Canada, le commerce des boissons alcoolisées est très fragmenté. Chaque province et territoire a adopté ses propres cadres réglementaires, exigences en matière de permis, structures de majoration et

systèmes de distribution. Les petits producteurs doivent donc s'adapter à un ensemble disparate de règles et de formalités administratives redondantes, payer des frais multiples et, bien souvent, attendre des mois pour avoir la permission de vendre dans une nouvelle province. Cette situation favorise les grands joueurs, dont les ressources sont plus importantes, tout en limitant considérablement les débouchés de croissance pour les brasseries, les vignobles et les distilleries de type artisanal.

La complexité de la chaîne d'approvisionnement vient aggraver ces obstacles réglementaires. Au Canada, la distribution de boissons alcoolisées comporte plusieurs niveaux de surveillance et de contrôle, ce qui peut ralentir l'accès aux marchés et augmenter les coûts et la complexité à chaque étape. La **figure 1** illustre de façon simplifiée la chaîne d'approvisionnement en boissons alcoolisées au Canada. Elle met en évidence la complexité du réseau de canaux de distribution et de points de contrôle réglementaires qui régissent l'acheminement des boissons alcoolisées des fournisseurs jusqu'aux consommateurs.

FIGURE 1

Illustration simplifiée de la chaîne d'approvisionnement en boissons alcoolisées au Canada



Remarque : Cette figure illustre la chaîne d'approvisionnement type en vigueur dans la plupart des provinces, mais il existe quelques variations d'une province à l'autre.

Dans la pratique, acheminer les produits alcoolisés du producteur jusqu'au consommateur est loin d'être simple. Les producteurs doivent composer avec un environnement réglementaire complexe, dont un labyrinthe de régies des alcools provinciales et des systèmes de commerce de détail variés (monopoles publics dans certaines provinces, détaillants privés dans d'autres) et une multitude de niveaux d'exigences en matière de distribution. Cet environnement réglementaire complexe et incohérent a créé d'importants obstacles au commerce pour les entreprises qui tentent de vendre leurs produits à l'échelle nationale.

Exploration des modèles de vente provinciaux : composantes des prix de gros, de détail et provinciaux

Au Canada, la vente de boissons alcoolisées s'effectue à deux étapes clés de la chaîne d'approvisionnement : le commerce de gros et le commerce de détail. Le modèle de commerce de gros régit la façon dont les boissons alcoolisées sont importées, stockées et distribuées dans chaque province et met l'accent sur les aspects de logistique et de chaîne d'approvisionnement qui précèdent le moment où les produits se rendent jusqu'aux consommateurs. Une fois que les produits ont été distribués, le modèle de commerce de détail prend le relais et détermine où, comment et à quel prix les boissons alcoolisées sont vendues aux consommateurs.

Les régies des alcools provinciales, telles que la Liquor Distribution Branch (LDB) de la Colombie-Britannique, réglementent la vente de boissons alcoolisées et établissent deux barèmes de prix : le prix de gros et le prix de détail. Comme l'explique la LDB, « les clients grossistes achètent les produits au prix de gros, tandis que les clients du secteur de l'hôtellerie et de la restauration (bars, restaurants) et les clients des magasins de boissons alcoolisées de la Colombie-Britannique achètent les produits au prix de détail⁸ ». Dans la pratique, les producteurs vendent leurs produits à l'autorité des alcools provinciale, qui fixe le prix de gros pour les entreprises titulaires d'un permis comme les bars et les restaurants, tandis que les particuliers ne peuvent acheter de boissons alcoolisées qu'au prix de détail, qui est plus élevé, dans les magasins de boissons alcoolisées publics ou privés.

La plupart des provinces fonctionnent selon un modèle public de commerce en gros, où les principaux fournisseurs de boissons alcoolisées sont les centres de distribution gérés par le gouvernement. Comme ces organismes contrôlent l'entrée des produits sur le marché et jouent un rôle dans la distribution, ils influencent les structures d'établissement des prix. Les majorations, les frais et les politiques d'achat qui s'appliquent au commerce de gros se répercutent sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et ont une incidence sur le prix de détail que paient les consommateurs. Cela dit, les systèmes de commerce de détail varient d'une province à l'autre et se divisent en trois catégories : public, privé et mixte. Bien que les prix de détail soient établis en fonction de ce que paiera le consommateur, ils restent influencés par le cadre de commerce de gros des gouvernements provinciaux. Par exemple, un restaurant en Nouvelle-Écosse doit acheter des boissons alcoolisées directement auprès du système de distribution de la Société des alcools de la Nouvelle-Écosse (SANE) à des prix de gros, qui diffèrent des prix de détail en vigueur dans les magasins gérés par le gouvernement, mais qui y sont étroitement liés. L'Alberta utilise un modèle entièrement privé de commerce de détail, où la vente de boissons alcoolisées incombe à des magasins de boissons alcoolisées indépendants et agréés par la province. Cependant, la réglementation et la distribution des boissons alcoolisées relèvent de l'Alberta Gaming, Liquor and Cannabis (AGLC). En revanche, des provinces comme le Québec et la Nouvelle-Écosse tiennent un modèle public de commerce de détail, où la vente directe aux consommateurs relève de magasins gérés par le gouvernement, par exemple les succursales de la Société des alcools du Québec (SAQ) et de la SANE. Les modèles mixtes de commerce de détail, comme en Colombie-Britannique et au Manitoba, offrent aux consommateurs un mélange d'options publiques et privées de commerce de détail. Pour les propriétaires d'entreprise, ces systèmes disparates peuvent compliquer et prolonger les démarches d'expansion dans une nouvelle province. Pour savoir s'ils ont les moyens d'élargir leurs activités dans d'autres provinces, les petits producteurs doivent souvent mener des études de marché détaillées sur les taux de majoration, les règles de prix de gros et les modèles de commerce de détail des provinces concernées. L'**annexe A** donne un aperçu complet des modèles provinciaux en matière de boissons alcoolisées et des composantes des prix.

La multitude de niveaux dans les modèles d'établissement des prix et la variété de systèmes de commerce de détail provinciaux créent un environnement complexe et souvent accablant pour les producteurs de boissons alcoolisées. Cette fragmentation du marché des boissons alcoolisées au Canada touche particulièrement les PME. Contrairement aux grands producteurs, qui disposent d'équipes spécialisées dans la conformité et dont les budgets sont plus importants, les PME n'ont souvent pas les ressources nécessaires s'y retrouver dans la multitude de règles et de règlements en vigueur dans les différentes provinces. De la production jusqu'à la distribution, chaque province définit ses propres règles et lignes directrices, notamment pour l'inscription des produits, les délais connexes et les activités promotionnelles. Résultat : l'expansion dans de nouvelles provinces est un processus long et

coûteux. Pour les petits producteurs, ce paysage fragmenté ne fait pas que ralentir la croissance : il peut complètement interrompre leur expansion en limitant la possibilité d'attirer de nouveaux clients et de rivaliser à armes égales avec la concurrence.

La réglementation canadienne sur les boissons alcoolisées : progrès et surveillance

Le rôle du gouvernement fédéral dans le secteur canadien des boissons alcoolisées

Le gouvernement fédéral joue un rôle fondamental dans la réglementation des boissons alcoolisées au Canada, principalement en matière de santé et sécurité publiques, de propriété intellectuelle et d'imposition. En vertu de l'Accord de libre-échange canadien (ALEC), le gouvernement fédéral « élabore et maintient des lois, des politiques et des règlements généraux sur les boissons alcoolisées⁹ », principalement en définissant des exigences en matière d'étiquetage et d'emballage, des normes de composition, un système de classification et des règles de santé et de salubrité.

Tous les produits alcoolisés vendus au Canada doivent se conformer à un ensemble de règles strictes en matière d'étiquetage, notamment en ce qui concerne la taille des caractères, la mention des allergènes et les mises en garde sanitaires. À ces règles de présentation de l'étiquette aux consommateurs s'ajoutent souvent des exigences provinciales sur l'étiquetage. Les produits doivent également respecter les normes fédérales de composition pour pouvoir légalement être présentés comme étant par exemple de la « bière », de la « vodka » ou du « vin ». Les exigences en matière d'étiquetage, de composition et de salubrité relèvent de la *Loi sur les aliments et drogues* et sont appliquées par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Toutes les entreprises canadiennes du secteur des boissons alcoolisées doivent se conformer à ces exigences et à ces règlements, ainsi qu'à la réglementation provinciale applicable.

Le gouvernement fédéral régit d'autres éléments, tels que les marques de commerce et les indications géographiques comme « Scotch Whisky » ou « Champagne », par l'intermédiaire de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. De plus, Ottawa prélève des droits d'accise sur les boissons alcoolisées, tandis que les provinces imposent leurs propres taxes de commerce de détail et de distribution.

Soulignons que depuis 2019, le gouvernement fédéral n'impose plus de restrictions sur le transport interprovincial de boissons alcoolisées. Les obstacles qui subsistent aujourd'hui découlent entièrement de la fragmentation des cadres réglementaires des gouvernements provinciaux et de leurs régies des alcools¹⁰.

Éliminer les obstacles : engagements et progrès dans le cadre de l'ALEC

Dans le cadre de l'ALEC, l'ensemble des provinces et territoires ont pris une série d'engagements pour réduire les obstacles au commerce intérieur des boissons alcoolisées¹¹.

Voici la liste des engagements :

1. Augmenter ou supprimer les limites d'exemption pour usage personnel.
2. Mettre en œuvre une plateforme de commerce électronique de détail ou créer un site Web permettant aux consommateurs de voir la sélection de produits offerts par leur régie des alcools.
3. Réduire le fardeau administratif, améliorer les processus de commande spéciale, simplifier les processus de vente et améliorer l'accès aux boissons alcoolisées ainsi que la sélection et la disponibilité.
4. Mettre sur pied un centre d'information (bilingue) en ligne destiné aux fabricants de boissons alcoolisées pour leur fournir de l'information sur les systèmes de vente au détail et de distribution d'alcool de chaque gouvernement.
5. Rendre accessibles au public tous les renseignements de base relatifs aux politiques d'établissement des prix de la province ou du territoire.
6. Faciliter l'accès aux renseignements concernant les pratiques d'inscription de la province ou du territoire.
7. Maintenir un groupe de travail afin de surveiller la mise en œuvre continue des recommandations, de discuter des enjeux émergents et de communiquer avec les intervenants.

Au cours des derniers mois, les gouvernements ont réalisé des progrès en ce qui concerne plusieurs de ces engagements, dont l'amélioration de l'accès aux produits pour les consommateurs. Les 10 provinces et un territoire ont signé des protocoles d'entente visant à permettre la vente directe de boissons alcoolisées aux consommateurs d'ici mai 2026¹². Toutefois, la FCEI accueille ce pas en avant avec prudence, étant donné que la nature fragmentaire de ces réformes pourrait finir par alourdir les formalités administratives. Ainsi, le nombre croissant de protocoles d'entente propres à chaque province risque de créer une multitude d'ententes ponctuelles disparates, ce qui augmenterait la complexité réglementaire autant pour le gouvernement qui voudrait mettre en œuvre ces changements que pour les petits producteurs qui cherchent à élargir leurs activités. La FCEI encourage toutes les provinces engagées dans la réforme du commerce des boissons alcoolisées à respecter la date limite de mai 2026 non seulement pour mettre en œuvre les protocoles d'entente sur la vente directe de boissons alcoolisées aux consommateurs, mais aussi pour honorer l'ensemble de leurs engagements dans le cadre de l'ALEC en matière de boissons alcoolisées.

Nous sommes ravis de constater que certaines provinces ont amélioré l'accès des consommateurs en étoffant les sites Web de leurs régies des alcools. Par exemple, l'Ontario et la Colombie-Britannique y ont ajouté des fonctionnalités de recherche de produits et de commande en ligne, ce qui facilite l'accès des consommateurs au catalogue et permet aux producteurs d'atteindre des marchés plus vastes^{13, 14}.

Ces progrès témoignent d'un effort croissant pour réduire les obstacles au commerce, améliorer la transparence et moderniser les systèmes de distribution de boissons alcoolisées. Cela dit, il reste encore beaucoup à faire. Les petits producteurs et détaillants continuent de se heurter à un paysage réglementaire fragmenté, qui manque souvent de clarté. Dans ce contexte, la reconnaissance mutuelle unilatérale et la rationalisation de l'accès aux marchés demeurent des priorités essentielles.

Obstacles au commerce interprovincial des boissons alcoolisées pour les PME

Les propriétaires d'entreprise doivent composer avec une multitude de défis en matière de circulation interprovinciale des boissons alcoolisées, qui découlent à la fois de la désuétude de la réglementation, de l'incohérence des règles entre provinces et d'un manque de transparence. Les petits producteurs tels que les distilleries, les vignobles et les brasseries font face à un ensemble disparate de règlements provinciaux, de taux de majoration et d'exigences diverses.

« Nous sommes prêts à élargir nos activités, mais avons du mal à déterminer les canaux par lesquels nous pouvons vendre nos produits dans les autres provinces. L'expansion de notre entreprise est largement freinée par notre capacité à nous familiariser avec les nouveaux marchés à l'intérieur du Canada. »

- Propriétaire d'une distillerie, Manitoba

La FCEI a consulté ses membres du secteur des boissons alcoolisées, notamment des vignobles, des distilleries artisanales, des brasseries, des magasins de boissons alcoolisées et des grossistes, pour mieux comprendre les défis auxquels se heurtent les PME du secteur. Elle a obtenu des commentaires constructifs sur les effets concrets des incohérences réglementaires, des obstacles logistiques et d'obstacles divers dont les politiques applicables aux PME ne tiennent généralement pas compte. Un thème récurrent s'est dégagé de ces discussions : les PME trouvent que l'accès aux marchés des autres provinces est complexe et restrictif. Leur expérience démontre le besoin urgent de coordonner et de simplifier la réglementation pour permettre aux producteurs et aux détaillants de participer pleinement au marché intérieur canadien des boissons alcoolisées.

La section qui suit porte sur certains des obstacles les plus importants.

1. Formalités administratives et complexité réglementaire

Les petits et moyens producteurs de boissons alcoolisées au Canada doivent composer avec un fardeau administratif important, qui va au-delà de la simple conformité et qui comprend un large éventail d'exigences, dont les suivantes :

- Normes d'étiquetage
- Protocoles d'inscription des produits
- Obligations d'information
- Exigences de tests en laboratoire

Par exemple, les exigences de tests en laboratoire sur les boissons alcoolisées varient d'une province à l'autre, ce qui démontre le caractère disparate de la réglementation. Cette incohérence sème la confusion et augmente les coûts et les retards pour les entreprises qui tentent de percer le marché interprovincial.

Voici quelques exemples :

L'Alberta n'impose pas de tests en laboratoire pour les produits alcoolisés, à condition que le producteur respecte les normes de santé et de salubrité de l'ACIA. Dans certains cas précis, l'Alberta Gaming, Liquor and Cannabis (AGLC) se réserve le droit d'exiger des échantillons de produits aux fins d'analyse¹⁵.

La Colombie-Britannique n'exige de tests en laboratoire qu'à l'inscription de certaines catégories de produits, comme l'absinthe, les produits contenant de la caféine et les produits à base de malt. Les autres produits sont exemptés, sauf dans certaines situations.

À l'instar de l'Alberta, Terre-Neuve-et-Labrador n'exige pas de tests en laboratoire pour les produits alcoolisés qui respectent les normes de l'ACIA¹⁶.

En revanche, des provinces comme la Nouvelle-Écosse, l'Ontario et l'Île-du-Prince-Édouard exigent un certificat d'analyse pour qu'un produit soit admissible au commerce de détail, y compris lorsque des produits semblables sont déjà approuvés ailleurs au Canada¹⁷.

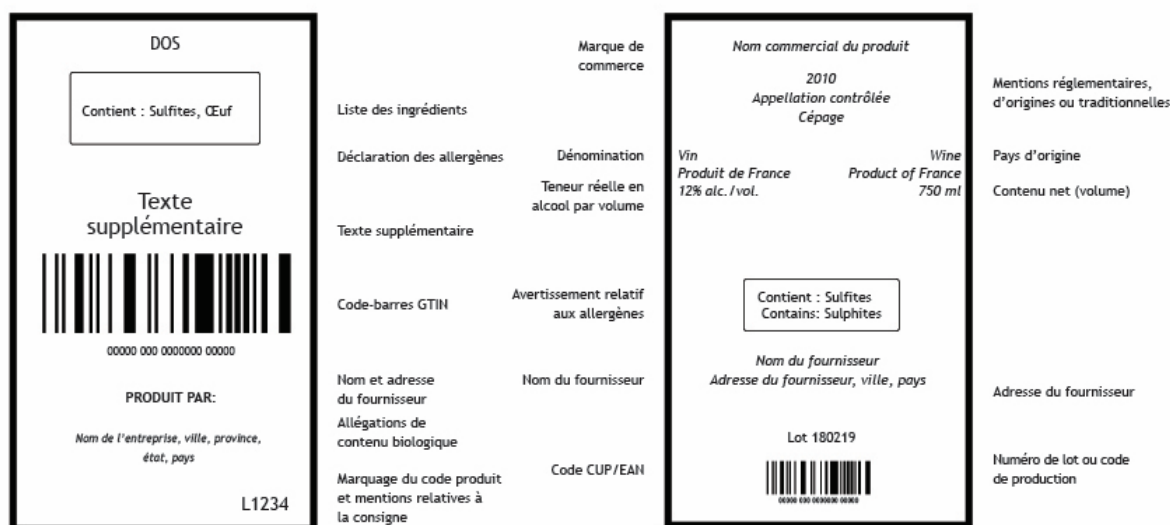
C'est donc dire qu'un produit jugé conforme et prêt à la vente dans une province sera probablement soumis à des exigences différentes dans une autre. Par exemple, un produit à base de malt dont la vente a été approuvée en Alberta doit faire l'objet de tests supplémentaires lors de son inscription en Colombie-Britannique - une démarche qui ralentit l'entrée sur le marché et augmente les coûts de production.

Les petits producteurs doivent également composer avec la variété des processus d'approvisionnement en vigueur dans les régies des alcools. Chaque province dispose de sa propre régie, par exemple la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) ou la Newfoundland Labrador Liquor Corporation (NLC), à Terre-Neuve-et-Labrador. Un vin dont la vente est approuvée par la LCBO pourrait ne pas être accepté dans une autre province sans passer par un processus d'inscription distinct, ce qui oblige les producteurs et les fournisseurs à négocier avec la régie de chaque province. Ce processus exige d'obtenir des permis pour chaque province, de respecter les différentes périodes de présentation d'offres (pendant lesquelles les régies des alcools acceptent les offres de produits) et de passer des vérifications de conformité distinctes. Cette fragmentation des procédures crée des obstacles au commerce interprovincial et alourdit le fardeau administratif des petites entreprises.

En ce qui concerne les pratiques d'étiquetage, la réglementation fédérale impose, dans l'ensemble du pays, des exigences de base pour les produits alcoolisés. Toutefois, chaque province conserve le pouvoir d'ajouter des conditions d'étiquetage, notamment pour la langue, la taille des caractères ou l'emplacement de l'étiquette. Ces règles supplémentaires peuvent entraîner des contraintes pratiques et financières pour les producteurs qui voudraient distribuer leurs produits à l'échelle nationale. Les figures 2 et 3 démontrent à quel point les exigences en matière d'étiquetage varient d'une province à l'autre.

Figures 2 et 3

Comparaison entre les étiquettes des bouteilles de vin au Manitoba et au Québec



Étiquette au dos d'une bouteille de vin au Manitoba (à gauche) et étiquette au dos d'une bouteille de vin au Québec (à droite). Veuillez noter que ces images sont des copies exactes d'exemples proposés dans les directives d'étiquetage de la régie des alcools concernée.

Ces différences entre les étiquettes peuvent sembler subtiles, mais démontrent la mesure dans laquelle les PME doivent adapter leurs emballages pour se conformer à une multitude de règles provinciales. Elles doivent passer du temps à concevoir une nouvelle étiquette, à produire différentes étiquettes pour un même produit et à gérer des aspects logistiques supplémentaires. Tous ces éléments augmentent les coûts et la complexité de leurs activités.

En fin de compte, ces incohérences sur le plan de la réglementation constituent des obstacles à la croissance et à l'innovation, car elles empêchent les petits producteurs de réinvestir leurs revenus dans leur entreprise et leur personnel. C'est une situation qui décourage les entreprises à élargir leurs activités, limite l'accès des consommateurs à un vaste éventail de produits fabriqués au Canada et contribue à la fragmentation du marché intérieur des boissons alcoolisées au pays.

2. Coûts d'expédition

L'expédition de boissons alcoolisées entre deux provinces présente de nombreux défis pour les PME, tout particulièrement celles qui vendent leurs produits directement aux consommateurs ou par l'intermédiaire des magasins de boissons alcoolisées. Bien que la *Loi sur l'importation des boissons enivrantes* (Canada) autorise le transport de boissons alcoolisées entre provinces, la plupart des régions des alcools conservent un pouvoir exclusif sur la distribution des boissons alcoolisées dans leur province¹⁸, ce qui limite la capacité des producteurs à expédier leurs produits directement aux consommateurs des autres provinces.

En plus des obstacles réglementaires, les coûts réels d'expédition de boissons alcoolisées sont particulièrement lourds pour les PME en raison du poids des bouteilles, des exigences particulières en matière d'emballage, des assurances et du respect des règles de sécurité. Ces facteurs font bondir les coûts d'expédition pour les petits producteurs qui envoient de petits volumes de marchandises et qui, de ce fait, ne sont pas en mesure de négocier de tarifs de transport en vrac. Toutes ces conditions font grimper les prix de détail, ce qui réduit la compétitivité de la vente directe aux consommateurs et limite leur capacité à vendre leurs produits dans les commerces de détail à l'intérieur comme à l'extérieur de leur province.

Lorsque la FCEI a demandé aux PME canadiennes de lui parler des défis qu'elles ont rencontrés lors de l'achat ou de la vente de biens/services dans d'autres provinces/territoires, plus du quart des répondants (27 %) ont mentionné les obstacles liés au transport et à la logistique, par exemple le manque d'options de transporteurs, les frais de transport et les contraintes de livraison pour certains articles¹⁹.

Au moment de préparer l'expansion de ses activités, un propriétaire de distillerie du Manitoba s'est heurté à un problème concernant les bouteilles en verre. En effet, en raison du poids irrégulier de ses bouteilles, il a dépassé les limites de poids autorisées pour le transport et a dû payer des amendes. Ces frais imprévus n'ont fait qu'alourdir un processus de distribution déjà coûteux.

Les PME dont les marges bénéficiaires sont déjà faibles sont peu enclines à faire croître leurs ventes interprovinciales lorsque les coûts de transport sont imprévisibles et que les formalités administratives sont lourdes.

3. Information inaccessible, manque de transparence et de communication

Pour de nombreux petits producteurs, les difficultés liées au commerce interprovincial de boissons alcoolisées ne sont pas seulement d'ordre procédural : elles résident aussi dans le manque d'informations et de directives claires. En effet, sans compréhension claire et complète des règles, une PME peut avoir de la difficulté à élargir ses activités à d'autres provinces.

Prenons l'exemple d'un propriétaire de brasserie artisanale qui veut vendre son produit dans les magasins de boissons alcoolisées d'une autre province. Il sait qu'il doit inscrire son produit, mais lorsqu'il cherche par où commencer, il tombe souvent sur des sites Web gouvernementaux remplis de jargon, de détails techniques éparpillés dans divers documents et d'informations accessibles uniquement sur demande. En effet, dans certaines régions des alcools, les informations ne sont accessibles que sur un portail exigeant la création d'un compte, de sorte qu'il est presque impossible

pour une entreprise nouvellement arrivée sur le marché de comprendre toute l'étendue des exigences. C'est sans compter les difficultés pour trouver et interpréter les informations les plus élémentaires, par exemple les formulaires à remplir, les périodes désignées pour la présentation d'offres ou le mode de soumission des étiquettes. L'**annexe B** se penche en détail sur les exigences en matière d'inscription des produits.

Partout au Canada, des producteurs ont évoqué les mêmes sources de frustration. Voici ce qu'a déclaré une brasserie de la Colombie-Britannique : « ***L'inscription dans notre propre province est déjà assez difficile comme ça. Il serait trop compliqué de se tailler une place dans un autre marché à moins d'affecter une équipe complète au développement de ce marché.*** » Voilà un exemple frappant de la confusion que sème la fragmentation des systèmes : les PME sont obligées de consacrer du temps et des ressources pour trouver des informations peu claires avant de pouvoir percer un marché à l'extérieur de leur province.

Ce manque de transparence touche également le processus d'inscription en soi. Une distillerie de l'Ontario qui a réussi à inscrire son produit auprès de la LCBO a tenté de refaire l'expérience au Canada atlantique. Elle a suivi chacune des étapes du processus, qui consistaient à rassembler les documents exigés, à soumettre son produit pendant la période prévue à cet effet et à fournir des photos. Pourtant, sa demande a été refusée sans explication.

« Nous avons franchi tellement d'étapes pour vendre notre produit à l'extérieur de l'Ontario. Pour cette raison, nous ne pouvons pas élargir nos activités. »

- Propriétaire d'une distillerie, Ontario

Sans rétroaction ni justification claires, les producteurs n'ont aucune idée des raisons pour lesquelles leur produit a été refusé. C'est sans compter le manque de communication, de transparence et de compréhension auquel les propriétaires d'entreprise se heurtent lors de leurs échanges avec les régies des alcools. Tous ces facteurs empêchent les PME de contribuer à l'économie canadienne et de participer au commerce interprovincial des boissons alcoolisées.

Cette diversité des processus n'est pas propre à une seule province. Par exemple, à l'Île-du-Prince-Édouard, les producteurs doivent suivre un processus d'inscription détaillé auprès de la PEI Liquor Control Commission, qui consiste à soumettre des échantillons de produits et des images d'étiquettes et à payer des frais, le tout à l'intérieur d'un seul cycle d'inscription par catégorie sur une année. En d'autres termes, les inscriptions se font principalement selon un processus de présentation d'offres sur un cycle de 12 mois (d'août à juillet), mais il arrive que des offres ponctuelles et des produits saisonniers soient approuvés à l'extérieur de ce cycle^{ii,20}. Malgré ces critères, l'approbation définitive dépend de facteurs discrétionnaires, comme l'espace sur les tablettes et le soutien promotionnel, dont les propriétaires d'entreprise ne sont pas toujours au courant. Bref, un distillateur a beau avoir rempli

ⁱⁱ Les produits saisonniers et les festivals de boissons alcoolisées font l'objet de processus de présentation d'offres qui diffèrent de ceux pour les autres produits (spiritueux, boissons prêtes à boire et cidre, bière et vin).

toutes les conditions et soumis les éléments requis, il est possible que son produit ne soit pas inscrit et qu'il ne reçoive aucune explication claire à ce sujet, comme dans l'exemple ci-dessus.

Si ce même producteur devait demander l'inscription d'un produit au Manitoba, il se heurterait à un système complètement différent comprenant trois programmes d'inscription distincts, ayant chacun leurs formulaires, calendriers et exigences. Lorsqu'ils déposent une demande d'inscription, les producteurs doivent fournir des documents dont un formulaire de présentation du produit, une lettre d'autorisation, des images d'étiquettes, des renseignements sur l'expédition et des échantillons de produits²¹. Même s'ils sont au courant des exigences applicables à chaque document, la décision repose sur des éléments subjectifs, tels que les besoins en matière de sélection de produits. En l'absence de clarté, chaque demande donne l'impression de n'être qu'un coup d'épée dans l'eau.

« Les régies des alcools ne sont pas là pour nous aider, mais bien pour nous empêcher d'avancer. »

- Propriétaire d'une distillerie, Ontario

De nombreux producteurs ont déclaré à la FCEI qu'à leur avis, le processus d'inscription était peu transparent et mal adapté au fonctionnement des PME. Par-dessus le marché, ils doivent composer avec la diversité des canaux de vente et des modèles de distribution. Dans les provinces fonctionnant sous un système de distribution public, l'accès aux rayons est généralement plus centralisé, tandis que dans les provinces dotées de modèles privés ou hybrides, les producteurs doivent travailler avec plusieurs chaînes de distribution ou acheteurs indépendants. Tous ces facteurs ne font qu'accroître la confusion quant à la circulation des produits dans la chaîne d'approvisionnement et aux autorités qui, en fin de compte, contrôlent l'accès au marché.

Certaines provinces, comme l'Alberta et le Manitoba, fournissent des informations claires et facilement accessibles sur les conditions d'inscription, tandis que d'autres donnent peu d'indications sur les délais et les informations nécessaires. Les régies des alcools provinciales devraient rendre le processus d'inscription encore plus transparent, notamment en donnant des directives et des échéances claires et en expliquant les refus.

4. Taux de majoration

Tous les produits alcoolisés canadiens vendus aux grossistes sont soumis à un « taux de majoration », c'est-à-dire un coût supplémentaire. Les régies des alcools utilisent le taux de majoration pour établir la valeur à ajouter au coût d'achat rendu d'un produit alcoolisé avant qu'il ne parvienne aux détaillants et aux consommateurs. Le coût d'achat rendu varie d'une province à l'autre, mais en règle générale, il comprend des éléments tels que la TPS/TVH, les frais environnementaux, les frais d'expédition (le cas échéant) et d'autres facteurs propres à la province, comme l'indique l'annexe A. Au Canada, les taux de majoration s'appliquent généralement au coût d'achat rendu.

Les critères de détermination des taux de majoration varient considérablement d'une province à l'autre. Les producteurs peinent à comprendre où se situe leur produit dans le modèle d'établissement des prix d'une province donnée, puisque que les informations sont difficiles non seulement à trouver et à consulter, mais aussi à interpréter. Or, ces informations sont vitales, car elles ont une incidence

directe sur la stratégie d'établissement des prix, la compétitivité et les marges bénéficiaires des producteurs.

Les formules de majoration varient énormément d'une province à l'autre. Voici quelques exemples :

La Colombie-Britannique utilise un taux de majoration fixe pour chaque catégorie, qui dépend du type de boisson alcoolisée et du coût par litre.

L'Alberta et la Saskatchewan appliquent un montant de majoration forfaitaire par litre selon le type de produit et la teneur en alcool par volume.

Le Nouveau-Brunswick utilise un taux de majoration progressif en fonction du coût par litre du produit.

En raison de ce manque d'uniformité, les producteurs doivent repartir de zéro chaque fois qu'ils pénètrent un nouveau marché. Cet enjeu touche particulièrement les PME qui voudraient distribuer leurs produits à l'échelle nationale.

« La diversité des cadres provinciaux sème la confusion et fait du commerce interprovincial un terrain miné et obscur. »

Propriétaire d'une distillerie, Colombie-Britannique

Lors d'un sondage mené en novembre 2022, la FCEI a constaté que 98 % des PME s'entendaient pour dire que la facilité d'accès à l'information est un élément important d'une bonne gouvernance. De plus, 98 % des répondants jugent important, pour la qualité du service du gouvernement, de savoir combien de temps ils devront attendre une réponse ou une approbation. Ces chiffres véhiculent un message simple : les PME voudraient que les gouvernements adoptent des processus transparents, rendent l'information accessible et donnent des délais clairs.

Il existe également des divergences entre provinces dans le traitement des catégories de produits. Une distillerie de l'Ontario a résumé le problème sans détour : **« Notre produit est soumis à une taxe 16 fois plus élevée que celle qui s'applique à la bière et au vin. Soyez justes. »** Ce commentaire renvoie au fait qu'en Ontario, les spiritueux sont soumis à un taux de majoration de 139 %, contre 71,5 % pour le vin²².

Une analyse plus approfondie des taux de majoration par province fait état de cette variabilité. Voici les taux de majoration nationaux de chaque province pour une bouteille de vin de table de 750 mL :

- **Colombie-Britannique** : 89 % avec une majoration progressive pour la partie du coût supérieure à 11,75 \$/L²³.
- **Alberta** : Taux de majoration standard de 4,11 \$/L sur le vin dont la teneur en alcool par volume est inférieure ou égale à 16 %.
 - Taux de majoration entre 0,74 \$/L et 3,34 \$/L sur le vin des petits producteurs admissibles²⁴.
- **Saskatchewan** : Taux de majoration de 99 % sur la partie du coût d'achat rendu jusqu'à concurrence de 12,50 \$/L pour les boissons alcoolisées d'une teneur en alcool par volume entre 7,1 % et 14,5 %.
 - Taux de majoration entre 45 % et 85 % pour les petits producteurs admissibles^{iii 25}.
- **Manitoba** : Taux de majoration de 95 % sur une bouteille de vin de 750 mL²⁶.
- **Ontario** : Taux de majoration de 71,5 %²⁷.
- **Québec** : S. O.^{iv, 28}
- **Nouveau-Brunswick** : Taux de majoration de 147 % pour les produits de 13,11 \$/L et moins²⁹.
- **Île-du-Prince-Édouard** : S. O.^v
- **Terre-Neuve-et-Labrador** : Taux de majoration variable de 84 % ou taux de majoration fixe de 3,97³⁰.
- **Nouvelle-Écosse** : Taux de majoration de 140 % sur les produits fabriqués au Canada³¹.

Les valeurs ci-dessus représentent les taux de majoration applicables aux prix de gros et de détail des produits canadiens. Certaines régions, comme celle de la Nouvelle-Écosse, appliquent des taux de majoration différents aux produits fabriqués dans leur province. Par ailleurs, l'Ontario et la Colombie-Britannique ont mis en place des programmes qui ciblent le vin. Ils sont conçus pour faire la promotion des vins approuvés par la Vintners Quality Alliance (VQA), élaborés à partir de raisins cultivés dans la province et produits localement. Grâce à l'approbation de la VQA, ces programmes offrent souvent des réductions du taux de majoration ou du prix en magasin. D'autres provinces, telles que l'Alberta et la Saskatchewan, offrent des taux réduits aux petits fabricants, sous réserve de leur admissibilité.

Les variations dans les majorations et les programmes et structures provinciaux posent des obstacles importants aux petits producteurs qui voudraient vendre leurs boissons dans d'autres provinces. Les programmes de prix préférentiels ou promotionnels de certaines provinces sont conçus pour soutenir les producteurs locaux et ne s'appliquent pas aux produits qui viennent d'ailleurs au pays, ce qui

ⁱⁱⁱ La Saskatchewan définit les petits producteurs comme ceux dont la production globale est inférieure à 200 000 L par année par catégorie (vins, spiritueux, boissons prêtes à boire). D'autres critères s'appliquent.

^{iv} Le taux de majoration pour les importations publiques n'est pas disponible, contrairement au taux de majoration pour les importations privées, que la SAQ utilise pour les commandes à la caisse par l'intermédiaire d'agents. Ainsi, pour une caisse de 12 bouteilles de vin de 750 mL entre 0 \$ et 60 \$, le taux de majoration est de 134,5 %. Pour en savoir plus, consultez la note en fin de texte 31.

^v L'information n'est pas accessible au public.

désavantage les PME des autres provinces. Les disparités au sein des systèmes compliquent l'expansion des établissements vinicoles, brasseries et distilleries dans d'autres provinces, car les prix préférentiels ne s'appliquent qu'aux producteurs locaux. Même si les réductions de taux pour les petits fabricants, comme c'est le cas en Alberta et en Saskatchewan, donnent un peu de répit, le manque général d'uniformité complexifie et alourdit le fardeau administratif des entreprises qui voudraient élargir leurs activités à l'échelle nationale.

La voie à suivre : recommandations et conclusion

Au Canada, le commerce intérieur des boissons alcoolisées demeure assujéti à un ensemble disparate de règlements provinciaux, ce qui nuit aux débouchés économiques, limite les choix pour les consommateurs et ajoute de nombreux obstacles aux PME. Malgré quelques progrès graduels dans le cadre de l'ALEC, des obstacles importants subsistent. Les petits producteurs de boissons alcoolisées ont clairement exprimé leur désir d'accéder à de nouveaux marchés et d'élargir leurs activités au Canada. Malheureusement, ils doivent surmonter des obstacles à presque chaque étape du processus - de l'inscription des produits et des tests en laboratoire jusqu'à l'octroi de licences et à la distribution. Dans le présent rapport, nous formulons des recommandations pratiques qui visent à simplifier la réglementation, à améliorer la coordination et à réduire le fardeau administratif pour aider les PME à faire croître leurs activités et favoriser l'unification de l'économie canadienne.

La FCEI recommande de prendre les mesures suivantes :

1. Élargir les engagements du gouvernement en matière d'accords de reconnaissance mutuelle pour y inclure les règles, les règlements et les exigences provinciales en matière de boissons alcoolisées.
2. Améliorer l'accessibilité de l'information pour les producteurs qui voudraient vendre leurs produits dans d'autres provinces.
3. Simplifier les processus d'octroi de permis et de distribution.
4. Accroître la transparence et l'accès aux informations sur les processus d'inscription et d'établissement des prix.
5. Former un groupe de travail (comme celui qui a été créé pour discuter de la vente directe aux consommateurs), et ce, dans toutes les provinces qui s'engagent à réformer le commerce des boissons alcoolisées.
6. Honorer les engagements à permettre la vente directe de boissons alcoolisées aux consommateurs d'ici mai 2026 grâce à des plans de mise en œuvre et à l'adoption de taux d'imposition et de majoration précis.

Annexe A - Composantes des prix des boissons alcoolisées par province

TABEAU 1

Composantes des prix des boissons alcoolisées et nom des régies des alcools par province

Province	Régies des alcools	Composantes des prix
Colombie-Britannique	Liquor and Cannabis Regulation Branch (LCRB) Liquor Distribution Branch (LDB)	- Les fabricants/agents fixent les prix des fournisseurs. - La LDB calcule les prix de gros en ajoutant des éléments, dont les suivants : - Coût d'entreposage - Consigne sur les contenants - Frais de recyclage - Majoration provinciale - Droits fédéraux et TPS - Ensuite, les détaillants achètent les produits auprès de la LDB et fixent des prix de vente supérieurs aux prix de gros et aux minimums de la LCRB.
Alberta	Alberta Gaming, Liquor and Cannabis (AGLC)	- Les fabricants/agents fixent les prix des fournisseurs. L'AGLC calcule les prix de gros en ajoutant les éléments suivants : - Consigne sur les contenants - Majoration provinciale - Frais de recyclage - Droits fédéraux et TPS - Les détaillants achètent les produits aux prix de gros, auxquels ils ajoutent une marge de détail pour établir le prix de vente définitif.
Saskatchewan	Saskatchewan Liquor and Gaming Authority (SLGA)	- Les fabricants/agents soumettent un devis (coût de revient de base) et la SLGA établit les prix de gros en ajoutant les éléments suivants : - Frais environnementaux - Frais de transport et de service (lorsque la distribution incombe à la SLGA) - Majoration de la SLGA - Droits fédéraux et TPS - Les détaillants achètent les produits en gros auprès de la SLGA ou négocient avec des entrepôts privés. - Les détaillants fixent leurs propres prix tout en respectant le prix de référence sociale pour les boissons alcoolisées.
Manitoba	Manitoba Liquor and Lotteries Corporation (MBLL)	- Les fournisseurs fixent leurs propres prix de détail en suivant un modèle adapté à leurs besoins. - Les prix de détail comprennent les éléments suivants : - Prix facturé par le fournisseur - Consigne sur les contenants et frais de recyclage - Majoration provinciale - Droits fédéraux et TPS
Ontario	Régie des alcools de l'Ontario (LCBO)	- Le coût d'achat rendu se compose des éléments suivants : - Taxe d'accise fédérale

		ii. Droits d'importation fédéraux iii. Frais de transport • Le prix de détail comprend : i. Majoration de la LCBO ii. Impôt/taxe sur le volume de la LCBO iii. Frais d'administration
Québec	Société des alcools du Québec (SAQ)	• Les prix de vente comprennent les éléments suivants : i. Prix du fournisseur ii. Frais de service de la SAQ iii. Droits de douane (le cas échéant) iv. Taxes et autres frais applicables
Nouvelle-Écosse	Société des alcools de la Nouvelle-Écosse (SANE)	• La SANE utilise un système de fourchettes comprenant des prix maximum et minimum pour trois types d'inscriptions dans différentes catégories : économique, grand public et haut de gamme. • Les prix de vente comprennent les éléments suivants : i. Coût d'achat rendu ii. Majoration provinciale iii. Taxes connexes iv. Consigne sur les bouteilles
Nouveau-Brunswick	Alcool NB Liquor (ANBL)	• Les prix de détail comprennent les éléments suivants : i. Coût d'achat rendu ii. Majoration provinciale iii. Frais de manutention iv. Taxes connexes v. Consigne sur les bouteilles
Île-du-Prince-Édouard	PEI Liquor Control Commission (PEILCC)	• Les prix de détail comprennent les éléments suivants : i. Coût d'achat rendu ii. Majoration provinciale iii. Frais de manutention iv. Taxes connexes v. Consigne sur les bouteilles
Terre-Neuve-et-Labrador	Newfoundland and Labrador Liquor Corporation (NLC)	La NLC fixe les prix des boissons alcoolisées de façon uniforme pour l'ensemble des canaux de commerce de détail ^{vi} .

Veillez noter que ces composantes des prix ne tiennent pas compte de tous les facteurs des prix de gros et de détail. Dans certaines provinces, certaines valeurs ne sont pas accessibles au public.

^{vi} L'information n'est pas accessible au public.

Annexe B - Différences entre les provinces en matière d'inscription des boissons alcoolisées

Tableau 2

Comprendre les différences entre les provinces en matière d'inscription

Province	Exigences d'inscription des produits	Obligation de passer par un agent autorisé
Colombie-Britannique	Tous les produits alcoolisés doivent être inscrits auprès du service des activités de gros de la LDB.	Aucune exigence explicite
Alberta	- L'inscription des produits se fait sur l'application Liquor Agency Portal (LAP) de l'AGLC. - Les fournisseurs doivent désigner une agence inscrite ou inscrire leur propre entreprise à titre d'agent autorisé. - Une lettre d'autorisation et une lettre d'entente entre le fournisseur et l'agence sont exigées.	Oui (agence inscrite ou auto-inscription)
Saskatchewan	La SLGA applique un processus mensuel de présentation d'offres aux fins d'inscription des produits.	Aucune exigence explicite
Manitoba	- L'inscription est déterminée par la direction des catégories de la MBLL. - Les produits peuvent passer par trois programmes : - Programme d'inscription au catalogue - Programme de produits innovateurs - Programme d'amélioration de la sélection de produits	Oui, dans certains cas
Ontario	- Une demande d'inscription officielle doit être déposée auprès de la LCBO. - Le processus comprend un examen des étiquettes, une soumission de prix et des tests de produits. - Les fournisseurs suivent le cycle de présentation d'offres des produits et les procédures d'assurance qualité de la LCBO.	Aucune exigence explicite
Québec	- La SAQ sollicite publiquement la présentation d'offres ou négocie de gré à gré avec les fournisseurs. - Les fournisseurs peuvent également présenter des offres de produits de leur propre initiative. - Les produits sont évalués en fonction de critères tels que la qualité et la réputation.	Aucune exigence explicite
Nouvelle-Écosse	- Les produits doivent être inscrits par l'intermédiaire de la NSLC. - Un permis d'agence de la NSLC et un permis de représentant inscrit auprès de la NSLC sont exigés.	Oui (représentant inscrit auprès de la NSLC)

Nouveau-Brunswick	• L'inscription des produits se fait par l'intermédiaire d'ANBL. • Des exceptions s'appliquent aux producteurs locaux qui vendent des produits fabriqués sur place.	Aucune exigence explicite, mais le recours à un agent est recommandé
Île-du-Prince-Édouard	• Les inscriptions se font selon le calendrier des examens annuels des catégories.	Aucune exigence explicite, mais le recours à un agent est recommandé
Terre-Neuve-et-Labrador	• Les inscriptions sont examinées par le service de gestion des catégories de la NLC. • Le calendrier des examens annuels des catégories est appliqué.	Aucune exigence explicite

Veuillez noter que cette liste d'exigences en matière d'inscription des produits n'est pas exhaustive, car les informations complètes ne sont accessibles que sur les portails provinciaux des grossistes.

Méthodologie

Le présent rapport exclut les territoires, compte tenu du caractère distinct de leur système réglementaire en matière de boissons alcoolisées. Dans ces régions, les politiques en la matière sont souvent propres à chaque collectivité pour tenir compte de préoccupations relatives à la sécurité publique et des besoins locaux. Bien qu'il y ait aussi dans certaines provinces des collectivités qui réglementent la vente ou la consommation d'alcool (« collectivités sans alcool »), ces pratiques ne sont pas aussi répandues ou fondamentales dans les cadres réglementaires provinciaux.

La FCEI est une organisation non partisane qui représente exclusivement les intérêts de 100 000 PME au Canada. Sa capacité de recherche est inégalée puisqu'elle permet la collecte de renseignements concrets et récents auprès de ses membres sur des enjeux qui touchent quotidiennement leur fonctionnement et leurs résultats financiers. À ce titre, la FCEI est une excellente source de renseignements à jour dont les gouvernements devraient tenir compte quand ils élaborent des politiques qui ont des répercussions sur les PME canadiennes.

À propos de l’auteure



Olwyn Parkinson est stagiaire d’été aux Affaires interprovinciales à la FCEI. Elle est basée au bureau d’Ottawa, en Ontario. Elle est titulaire d’un baccalauréat spécialisé en sciences sociales (B.Sc.Soc.), Développement international et mondialisation, de l’Université d’Ottawa.

Notes de fin

¹ Statistique Canada. (Décembre 2021). [Tableau 33-10-0493-01 – Nombre d'entreprises canadiennes, avec employés, décembre 2021](https://doi.org/10.25318/3310049301-fra)
DOI : <https://doi.org/10.25318/3310049301-fra>

² Statistique Canada. (2024, 6 mars). Contrôle et vente des boissons alcoolisées, exercice clos le 31 mars 2023. *Le quotidien*.
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/240306/dq240306a-fra.htm>

³ FCEI, sondage *Votre voix*, septembre 2022 (du 8 au 26 septembre 2022, n = 3 679). Question : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les énoncés suivants concernant la circulation des biens, des services et de la main-d'œuvre au Canada? (Sélectionner une réponse pour chaque ligne) Les consommateurs canadiens devraient pouvoir acheter des boissons alcoolisées canadiennes (vin, bière et spiritueux artisanaux) directement à des producteurs de n'importe où au Canada.

⁴ Angus Reid Institute. (2025, 21 mars). *Trade barriers: Canadians support national standards, tension over supply management, procurement*. <https://angusreid.org/interprovincial-trade-barriers-provinces-alcohol-beer-trump-poilievre-carney/>

⁵ Head, J. (2025, 25 août). *Months after holding out, N.L. is signing on to interprovincial alcohol trade deal*. CBC News.
<https://www.cbc.ca/news/canada/newfoundland-labrador/nl-interprovincial-alcohol-trade-1.7617258>

⁶ Alvarez, J. A., Krznar, I., et Tombe, T. (22 juillet 2019). *Internal trade in Canada: Case for liberalization* (Document de travail du FMI n° 19/158). Fonds monétaire international. <https://doi.org/10.5089/9781498326650.001>

⁷ Alvarez, J. A., Krznar, I., et Tombe, T. (22 juillet 2019). *Internal trade in Canada: Case for liberalization* (Document de travail du FMI n° 19/158). Fonds monétaire international. <https://doi.org/10.5089/9781498326650.001>

⁸ British Columbia Liquor Distribution Branch. (2021). *Response to Freedom of Information Request LDB-2021-12212: Wholesale pricing structure and markup calculations*. Gouvernement de la Colombie-Britannique. http://docs.openinfo.gov.bc.ca/Response_Package_LDB-2021-12212.pdf

⁹ Secrétariat du commerce intérieur (s. d.). *Lois du Canada sur l'alcool*. Lois sur l'alcool au Canada. Consulté le 25 août 2025.
<https://loisalcool.ca/canada/>

¹⁰ Gouvernement du Canada. (2019, 9 avril). *Le Canada prend des mesures pour éliminer les obstacles au commerce interprovincial de l'alcool*. <https://www.canada.ca/fr/affaires-intergouvernementales/nouvelles/2019/04/le-canada-prend-des-mesures-pour-eliminer-les-obstacles-au-commerce-interprovincial-de-lalcool.html>

¹¹ Accord de libre-échange canadien. (2025, 25 juillet). *Commerce des boissons alcoolisées*. <https://www.cfta-alec.ca/fr/commerce-des-boissons-alcoolisees>

¹² Head, J., (25 août 2025), *Months after holding out, N.L. is signing on to interprovincial alcohol trade deal*.

¹³ Régie des alcools de l'Ontario. (s. d.). *Produits*. LCBO. Consulté le 25 août 2025. <https://www.lcbo.com/fr/produits>

¹⁴ BC Liquor Stores. (2025). *Product catalogue*. <https://www.bcliquorstores.com/product-catalogue?sort=name.raw:asc&page=1>

¹⁵ Secrétariat du commerce intérieur (s. d.). *Lois sur l'alcool de l'Alberta*. Lois sur l'alcool au Canada. Consulté le 25 août 2025.
<https://loisalcool.ca/alberta/>

¹⁶ Secrétariat du commerce intérieur (s. d.). *Lois sur l'alcool de la Colombie-Britannique*. Lois sur l'alcool au Canada. Consulté le 25 août 2025. <https://loisalcool.ca/colombie-britannique/>

¹⁷ Secrétariat du commerce intérieur (s. d.). *Lois sur l'alcool de Terre-Neuve-et-Labrador*. Lois sur l'alcool au Canada. Consulté le 25 août 2025. <https://loisalcool.ca/terre-neuve-et-labrador/>

¹⁸ Canada. (1985). *Loi de l'impôt sur le revenu*, L.R.C., 1985, ch. 1 (5^e suppl.). Consulté au : <https://lois-laws.justice.gc.ca/fra/lois/i-3/page-1.html>

¹⁹ FCEI, sondage *Votre voix* – avril 2025, du 10 au 24 avril 2022, n = 950. Question : Quels défis avez-vous rencontrés pour l'achat ou la vente de biens/services dans d'autres provinces/territoires? (Sélectionner toutes les réponses pertinentes)

²⁰ PEI Liquor Control Commission (PEILCC). (Consulté en août 2025). *PEILCC Category Review Schedule 2025-2026*. <https://liquorpei.com/wp-content/uploads/2025/08/PEILCC-Category-Review-Schedule-2025-2026.pdf>

²¹ Société manitobaine des alcools et des loteries. (2020). *Product listing information: How to apply for listing with Manitoba Liquor & Loteries*. https://www.mblpartners.ca/sites/mbl-pa/files/pdf_pamphlets/Product%20Listing%20Information.pdf

²² Régie des alcools de l'Ontario. (2025, 8 août). *LCBO Pricing Structure: Price Markup Example*. Consulté au : https://hellolcbo.com/app/answers/detail/a_id/1251/~lcbopricing-structure%3A-price-markup-example

²³ British Columbia Liquor Distribution Branch. (2021). *Response to FOI request LDB-2021-12212*. Consulté au : https://docs.openinfo.gov.bc.ca/Response_Package_LDB-2021-12212.pdf

²⁴ Alberta Gaming, Liquor and Cannabis. (2025). *Liquor markup rate schedule*. Consulté au : <https://aglc.ca/liquor/about-liquor-alberta/liquor-markup-rate-schedule>

²⁵ Saskatchewan Liquor and Gaming Authority. (2023). *Wholesale pricing structure and policy manual*. <https://www.slga.com/-/media/slga/files/liquor/for%20suppliers/slga%202022-23%20wholesale%20pricing%20structure%20and%20policy%20book.pdf?la=en>

²⁶ Société manitobaine des alcools et des loteries. (2024, 1^{er} mars). *Memo – Changes to rates: Exchange, freight, excise, minimum markup, surcharge & equalization effective May 1, 2024*. https://www.mblpartners.ca/sites/mbl-pa/files/pdf_pamphlets/Memo%20-%20Changes%20to%20Rates_Exchange_%20Freight_%20Excise_%20Minimum%20Markup_%20Surcharge%20%26%20Equalization%20Effective%20May%201_%202024.pdf

²⁷ *LCBO Pricing Structure: Price Markup Example*.

²⁸ Institut économique de Montréal, *Réponse à la demande d'accès à l'information NID 032 142 000 / 2023-2024-011D*, May 23, 2023, https://www.iedm.org/wp-content/uploads/2023/06/Reponse_2023-2024-011D.pdf

²⁹ Alcool NB Liquor. (2022). *Taux de majoration* [PDF]. <https://www.anbl.com/medias/l-General-Markup-Policy-2022-FR-2022.pdf>

³⁰ Newfoundland Labrador Liquor Corporation, correspondance personnelle, août 2025.

³¹ Société des alcools de la Nouvelle-Écosse. (2024, 24 juin). *Manufacturers and permit policy*. Consulté au : https://www.mynslc.com/-/media/NSLC/Manufactures-and-Permits/Manufacturers_Permit_Policy_FY25_June-24.pdf

