vinetur

L’interdiction américaine de l’alcool canadien frappera surtout les distilleries

Les analystes estiment que les producteurs de spiritueux expédient plus de la moitié de leur production vers les États-Unis, bien davantage que les brasseurs ou les vignerons.

vendredi 11 septembre 2026



Une interdiction américaine de la plupart des boissons alcoolisées canadiennes doit entrer en vigueur le 29 septembre, et les analystes du secteur estiment que les distilleries canadiennes devraient subir les dégâts les plus lourds, car elles dépendent bien davantage du marché américain que les brasseurs et les vignerons.

La mesure a été annoncée par le gouvernement américain alors que les tensions commerciales entre les deux pays s'intensifiaient. Selon des groupes sectoriels et des économistes, ces restrictions bloqueraient l'entrée aux États-Unis de la plupart des spiritueux et autres produits alcoolisés fabriqués au Canada, même si le whisky canadien et les liqueurs expédiés dans des bouteilles de plus de quatre litres seraient exemptés. Les représentants du commerce estiment que cette exception est, en pratique, très limitée, car ces grands formats ne sont pas largement vendus.

Craig Johnston, économiste en chef chez Farm Credit Canada, a déclaré que les distilleries sont particulièrement exposées parce qu'elles expédient plus de la moitié de leur production de l'autre côté de la frontière. Parmi les principales catégories d'alcool, a-t-il dit, les producteurs de spiritueux sont ceux qui dépendent le plus de la demande américaine, ce qui les rend plus vulnérables que les brasseries ou les exploitations viticoles si l'interdiction est maintenue.

Cela compte au-delà d'une seule catégorie de produits. Une perturbation prolongée pourrait remodeler la façon dont les producteurs canadiens de spiritueux, de bière et de vin accèdent à leur plus grand marché d'exportation voisin, la pression immédiate la plus forte pesant sur les fabricants de spiritueux et les effets directs étant attendus comme plus limités pour les brasseurs et les vignerons. Le changement pourrait aussi contraindre les entreprises à repenser leur distribution, leur planification de production et leur présence en rayon aux États-Unis, à un moment où il est difficile de reconstruire des relations commerciales une fois perdues.

Cal Bricker, de Spirits Canada, a déclaré que la mesure équivaut, à toutes fins pratiques, à une interdiction du whisky canadien. Selon lui, le secteur n'a pas de solution de contournement simple, car de nombreux produits sont protégés par des règles d'origine et par des arrangements commerciaux de longue date. Le whisky canadien doit être fabriqué au Canada, tout comme le bourbon doit être fabriqué aux

États-Unis et la tequila au Mexique, a-t-il expliqué. Cela signifie que les producteurs ne peuvent pas simplement déplacer une gamme de whisky canadien au sud de la frontière et continuer à vendre le même produit sous la même appellation.

Bricker a également déclaré que le secteur nord-américain des boissons alcoolisées est profondément intégré, en particulier pour les grandes multinationales. Il a cité des entreprises comme Diageo, qui produit Crown Royal au Canada, Bulleit Bourbon aux États-Unis et Don Julio tequila au Mexique. À ses yeux, des mesures visant des produits d'un seul pays peuvent malgré tout affecter des chaînes d'approvisionnement d'entreprise plus larges, car ces sociétés sont gérées à l'échelle d'un seul bilan.

Jusqu'à présent, Bricker a dit n'avoir entendu aucune des 11 distilleries et entreprises de spiritueux représentées par son association parler d'un transfert de production aux États-Unis. Mais il a ajouté que le secteur pousse à la négociation, car l'impact commercial pourrait être grave si l'interdiction se prolonge.

Robert Carter, analyste de l'industrie alimentaire au sein du StratonHunter Group, a déclaré que les petits producteurs présents dans le commerce de détail aux États-Unis pourraient être particulièrement vulnérables. Beaucoup d'entre eux ont passé des années à nouer des liens avec des distributeurs, des restaurants et des magasins américains, a-t-il dit, et ces relations peuvent s'effriter rapidement si les produits cessent d'arriver. Une fois qu'une marque disparaît des rayons, il peut être difficile et coûteux de récupérer cet espace perdu.

Les brasseurs semblent globalement moins exposés, même si certaines entreprises restent confrontées à un risque important. Andrew Oland, directeur général de Moosehead Breweries, a déclaré être déçu de voir l'alcool davantage entraîné dans l'escalade du conflit commercial. Il a indiqué que 15 % des boissons de Moosehead sont expédiées aux États-Unis et sont déjà soumises à des droits de douane de 50 % après l'échec, le mois dernier, des négociations commerciales entre les deux pays.

Oland a indiqué que la brasserie basée à Saint John, au Nouveau-Brunswick, essaie d'expédier autant de bière que possible vers les États-Unis dans les prochaines semaines afin de protéger sa place en rayon et de préserver ses relations avec les détaillants. Si sa bière n'est pas disponible dans les magasins américains, a-t-il dit,

ceux-ci la remplaceront rapidement par une autre marque, et il peut être difficile de regagner cette place plus tard. En parallèle, a-t-il ajouté, Moosehead se prépare à la possibilité d'une perturbation plus longue et cherche des opportunités marketing hors des États-Unis.

Même ainsi, les représentants du secteur brassicole disent que celui-ci dépend moins du marché américain que les distillateurs. Luke Chapman, vice-président chargé des affaires fédérales chez Beer Canada, a déclaré que la brasserie canadienne est majoritairement tournée vers le marché intérieur. Plus de 90 % de la bière achetée au Canada l'an dernier a été brassée dans le pays à partir d'ingrédients canadiens, a-t-il dit, ce qui donne au secteur une base de marché intérieur plus large que celle de nombreux autres secteurs canadiens.

Les producteurs de vin devraient eux aussi éviter le pire du choc. Norman Beal, président du conseil d'administration d'Ontario Craft Wineries, a déclaré qu'environ 1 % seulement des ventes de vin proviennent des États-Unis. Les producteurs canadiens de vin sont relativement petits et vendent la plupart de leurs produits au Canada, a-t-il dit, ce qui réduit leur exposition directe à une interdiction américaine d'importation.

Les données commerciales récentes montrent pourquoi la question reste importante pour l'ensemble du secteur des boissons alcoolisées. Des données de Statistique Canada citées par des analystes montrent qu'entre avril 2024 et mars 2025, le Canada a importé pour 1 milliard de dollars d'alcool en provenance des États-Unis, soit une baisse de 5,4 % par rapport à l'exercice fiscal précédent. Sur la même période, les exportations canadiennes d'alcool vers les États-Unis ont totalisé 1,4 milliard de dollars, en hausse de 4,1 % sur un an.

La dernière mesure américaine fait suite aux droits de rétorsion canadiens instaurés plus tôt cette semaine, selon les comptes rendus du secteur cités par The Canadian Press. Les producteurs et les associations professionnelles appellent désormais Ottawa et Washington à trouver une solution diplomatique avant le 29 septembre. Ils avertissent que si les restrictions restent en place, certaines distilleries pourraient devoir réduire leurs activités et, dans certaines régions, cela pourrait se traduire par des pertes d'emplois et une pression économique sur les communautés liées à la

production de spiritueux.

À l’approche de l’échéance, la préoccupation centrale dans l’ensemble du secteur n’est pas partagée de manière égale. Les brasseurs et les vignerons peuvent davantage s’appuyer sur les ventes domestiques, mais les distilleries ne disposent pas du même filet de sécurité. Pour beaucoup d’entre elles, les États-Unis ne sont pas seulement une autre destination d’exportation. C’est le marché central qui soutient les volumes de production, les contrats à long terme et la croissance des marques.