vinetur

Des producteurs canadiens de boissons déplacent leurs commandes de canettes vers la Chine après la hausse des coûts liée aux droits de douane américains

Les prix des canettes en Amérique du Nord ont augmenté d’environ 50 %, rendant certains contenants chinois jusqu’à 8 cents moins chers.

lundi 21 septembre 2026



Les brasseurs canadiens et d’autres producteurs de boissons en canette réorientent une partie de leurs approvisionnements en aluminium vers la Chine après que les droits de douane américains ont fait grimper le coût des canettes partout en Amérique du Nord, modifiant un schéma d’approvisionnement de longue date dans un secteur où l’emballage peut faire ou défaire les marges.

Le changement se fait sentir dans l’industrie brassicole canadienne et dans le marché en forte croissance des cocktails spiritueux en canette. Des entreprises qui s’appuyaient depuis des années sur des fournisseurs américains affirment désormais que les canettes chinoises peuvent coûter nettement moins cher, même après transport, parce que les droits de douane ont fait monter les prix régionaux de l’aluminium et renchéri les contenants fabriqués en Amérique du Nord.

The Canadian Vanguard a rapporté que les prix des canettes en Amérique du Nord ont augmenté d’environ 50 % depuis le début de l’an dernier, après que les droits de douane américains ont fortement accru les coûts de l’aluminium des deux côtés de la frontière. La pression dépasse largement le seul secteur des producteurs de métal. Pour les entreprises de boissons, la canette représente souvent l’un des principaux

coûts unitaires de chaque produit vendu, ce qui signifie que la hausse des coûts d'emballage peut rapidement rogner les bénéfices, imposer des hausses de prix et remodeler les contrats d'achat dans la bière, les spiritueux et, plus largement, l'ensemble du secteur des boissons.

À Burnaby, en Colombie-Britannique, Vadim Bajgoric, dont l'entreprise Canvas Craft imprime numériquement des canettes pour les brasseries, a indiqué que l'approvisionnement chinois est devenu beaucoup plus courant dans son entrepôt. Il a déclaré à la publication qu'il y a deux ans, toutes les canettes passant sur sa chaîne d'impression étaient fabriquées en Amérique du Nord. Aujourd'hui, a-t-il dit, environ la moitié des canettes sur le sol de son entrepôt venaient de Chine, les canettes fabriquées aux États-Unis et celles fabriquées en Chine arrivant sur des types de palettes différents.

Bajgoric a indiqué que des usines situées à l'extérieur de Shanghai vendent les canettes avec une remise d'environ un tiers par rapport à des produits américains comparables. « La Chine dispose d'un avantage considérable », a-t-il dit.

Ce changement reflète la structure du commerce nord-américain de l'aluminium. Le Canada est un important producteur d'aluminium, mais les États-Unis sont le principal fabricant de bobines d'aluminium utilisées pour produire les canettes. Les contrats de canettes des deux côtés de la frontière sont généralement indexés sur le prix de l'aluminium du Midwest américain, une référence sectorielle que les droits de douane ont fait monter. Les États-Unis ont imposé des droits de douane de 50 % sur l'aluminium canadien, tandis que le Canada a répliqué par des mesures similaires, tout en accordant des exemptions pour les biens utilisés dans l'emballage des produits alimentaires et des boissons.

Ce système de tarification a aidé les fournisseurs chinois à être plus compétitifs au Canada. Shane Vear, propriétaire de Caravan Bev Co., basée dans le sud de l'Ontario et qui importe et distribue des canettes chinoises, a indiqué que son activité avait progressé de 30 % depuis l'an dernier, les entreprises de boissons cherchant des options moins coûteuses. Pour certaines tailles de canettes, a-t-il dit, le prix chinois est désormais proche de ce que coûtaient les canettes fabriquées aux États-Unis avant la

deuxième investiture du président Donald Trump et la nouvelle vague de droits de douane qui a suivi.

Selon le rapport, l'écart peut atteindre 8 cents par canette. Dans un secteur qui remplit des milliards d'unités par an, une telle différence est importante. Les brasseries canadiennes remplissent collectivement environ 3,7 milliards de canettes par an. Quelques cents sur chaque canette peuvent avoir un effet immédiat sur les marges et influencer les prix de gros, les prix de détail et les futurs contrats d'approvisionnement.

Yuri Akeroyd, président de The Strait & Narrow sur l'île de Vancouver, a déclaré que son entreprise avait déplacé la majeure partie de ses achats de canettes vers la Chine au cours des huit derniers mois. L'entreprise vend des cocktails au gin et à la vodka en canette, et M. Akeroyd a expliqué que la décision relevait de la survie. « Cinq cents par canette, c'est la différence entre être rentable ou non dans notre activité », a-t-il dit.

Akeroyd a indiqué que le coût n'était pas le seul facteur. Après près de deux ans de changements de cap politiques venus de Washington, a-t-il dit, acheter à l'étranger lui paraît désormais moins volatil que de dépendre d'un marché américain soumis à des modifications tarifaires soudaines. Il a déclaré à la publication qu'il continuerait probablement à acheter des canettes chinoises même si elles n'étaient pas moins chères, en raison de l'incertitude entourant la future politique commerciale américaine.

Tous les producteurs ne peuvent pas se déplacer rapidement. Les grandes entreprises de boissons sont souvent liées par des accords d'approvisionnement pluriannuels, ce qui a ralenti l'évolution globale des flux d'importation. Les données commerciales canadiennes montrent que la valeur des importations canadiennes de canettes en aluminium chinoises a augmenté de 14 % en 2025. Les dépenses consacrées aux importations de canettes américaines ont également progressé, de 11 %, et les fournisseurs américains dominent toujours le marché canadien. Ces chiffres ne montrent pas comment les habitudes d'achat ont pu évoluer en 2026, et ils ne distinguent pas l'effet de la hausse des prix provoquée par les droits de douane de celui des changements dans le nombre de canettes achetées.

Crown Holdings, l’un des principaux fabricants de canettes basés aux États-Unis et desservant le Canada, a indiqué dans son rapport annuel que son chiffre d’affaires net 2025 avait augmenté principalement en raison de la répercussion de la hausse des coûts de l’aluminium. L’entreprise exploite des usines de canettes à Calgary et à Toronto, ainsi que plusieurs installations aux États-Unis. Elle n’a pas répondu à une demande de commentaire citée dans le rapport.

Certaines brasseries canadiennes tentent de rester sur des approvisionnements locaux ou nord-américains malgré des coûts plus élevés. À Calgary, Big Rock Brewery achète des canettes de 355 millilitres auprès de l’usine voisine de Crown. David Kinder, président de Big Rock, a déclaré que l’approvisionnement local correspondait aux priorités de l’entreprise, mais que la hausse des coûts devenait difficile à absorber. Il a indiqué que les droits de douane sur l’aluminium ont à eux seuls coûté à Big Rock plus d’un million de dollars depuis le début de l’année. Il y a six semaines, la brasserie a réduit ses effectifs de 10 %.

Big Rock reste liée par un accord pluriannuel pour acheter des canettes nord-américaines, mais M. Kinder a indiqué que l’entreprise avait commencé à examiner des alternatives. « Ce n’est pas vraiment une question de ce que j’aimerais faire », a-t-il dit. « On en arrivera au point où il s’agira de ce que je dois faire pour avoir une entreprise viable. »

D’autres se demandent si les canettes chinoises resteront l’option la moins chère une fois que le risque lié au fret aura été pleinement pris en compte. Les coûts du transport maritime ont fortement augmenté après la guerre en Iran, ajoutant une couche d’incertitude supplémentaire pour les importateurs qui acheminent des contenants à travers le Pacifique. Jim Lister, président de Phillips Brewing and Malting Co. à Victoria, a déclaré que son entreprise s’était déjà approvisionnée en Asie et avait trouvé cela difficile. « Vous échangez la volatilité du marché des matières premières contre l’imprévisibilité et la volatilité du monde du transport maritime », a-t-il dit.

Phillips Brewing a des contrats pour des canettes nord-américaines jusqu’au début de l’année prochaine, mais M. Lister a indiqué qu’il examinait des alternatives. Il a dit qu’un accord commercial Canada-États-Unis ou un changement de politique américaine après les élections de mi-mandat de novembre pourrait encore modifier la donne. À

défaut, a-t-il dit, les brasseurs n’auront peut-être guère d’autre choix que de répercuter davantage le coût plus élevé de l’emballage sur les consommateurs. « On ne peut pas continuer à absorber les hausses de coûts sans finir par modifier le prix de ses produits à un moment ou à un autre », a-t-il dit.