

Mémoire du Raspipav — Budget du Québec 2026-2027

À propos du Raspipav

Le Raspipav (Regroupement des Agences Spécialisées dans la Promotion des Importations Privées des Alcools et des Vins) a été créé en 2007 pour appuyer les agences membres dans la promotion de leurs produits et afin de représenter leurs intérêts communs auprès de la Société des alcools du Québec (SAQ) et du grand public. Nous sommes la voix des agents membres de notre regroupement et favorisons des conditions commerciales soutenant l'innovation et le développement du marché des alcools au Québec.

Le Raspipav regroupe 64 membres, qui sont actifs à la fois à travers les canaux du réseau des succursales de la SAQ et de celui de l'importation privée. Ambassadeurs des vignerons et des producteurs, **les agents promotionnels connectent les dix-sept régions du Québec au monde**. Ils renforcent l'offre culturelle et l'attrait touristique de la province en offrant des produits dans le réseau SAQ, aux restaurateurs et aux particuliers.

Recommandations

1. **Créer un statut officiel d'importateurs privés** dans la Loi pour reconnaître et clarifier notre rôle et nos droits sur le marché des alcools au Québec.
2. **Créer un permis d'alcool** pour permettre aux importateurs privés de revendre aux consommateurs leurs produits rachetés à l'entrepôt de la SAQ.
3. **Rétablir les conditions permettant la croissance économique** : enlever les restrictions sur la capacité d'achat implantées en 2023 pour résorber le problème de surstock en entrepôt et palier à la capacité physique limitée de l'entrepôt de la SAQ (« Week of stock » — WOS).
4. Favoriser un **meilleur accès à l'information financière et opérationnelle** de la SAQ pour renforcer la collaboration d'affaires entre la SAQ et ses partenaires.
5. **Tester des projets innovants** en phase avec l'évolution des besoins et tendances de consommateurs québécois : un projet pilote « caviste d'importation privée : pignon sur rue ».

Introduction

Dans le contexte économique actuel, **le Raspipav souhaite mettre de l'avant des pistes de solutions pour soutenir et dynamiser l'économie québécoise**. En contribuant à l'accroissement de la capacité à innover du Québec, le Raspipav vise à renforcer la productivité et l'efficacité du marché des alcools, clarifier le rôle des acteurs en place afin notamment de stimuler la création de richesse pour les Québécois.

Le Raspipav souhaite être reconnu comme un partenaire stratégique pour la SAQ et le marché des alcools au Québec et souligne la pertinence d'alléger le fardeau réglementaire et

administratif pour nos petites et moyennes entreprises (PME). En outre, le Raspipav s'inscrit pleinement dans l'objectif du gouvernement de miser sur **le dynamisme entrepreneurial**.

L'importation privée en croissance

Pour rappel, le volume des ventes des importations privées a augmenté de 106,8 % dans la dernière décennie. En comparaison, le chiffre de ventes global de la SAQ a augmenté de 35,8 % pour la même période.¹ Les importations privées, [qui ont généré 156 M\\$ pour plus de 4 % des ventes totales de la SAQ entre 2022 et 2023](#),² représentent une opportunité de générer de **la croissance économique** si les conditions le permettent.

À l'été 2025, les ventes en importation privée étaient en augmentation de 5,8 % alors que les ventes de la SAQ sont en diminution. L'importation privée génère plus de 1 000 emplois et représente 400 petites et moyennes entreprises. [Selon le rapport annuel de la SAQ 2025](#)³, le portefeuille de la SAQ est constitué de 16 200 vins, bières, spiritueux et prêts à boire disponibles et de 23 900 produits d'importation privée. Par sa variété, l'importation privée vient répondre au fait que 2/3 des consommateurs valorisent la diversité sur les tablettes.

Recommandation 1: Créer un statut officiel d'importateurs privés dans la Loi pour reconnaître et clarifier notre rôle et nos droits sur le marché des alcools au Québec.

Les agents promotionnels souhaitent devenir officiellement des importateurs privés, grâce à la création d'un statut. En outre, le rôle des agents promotionnels n'est pas légalement reconnu. La SAQ s'appuie sur des politiques internes et des guides pour en définir les conditions d'exercice — qui peuvent évoluer.

Un statut législatif offrirait **une reconnaissance plus stable et consacrerait les agents promotionnels comme de véritables acteurs du marché**, répondant à des besoins clairs pour la population et agissant comme agent modérateur entre le monopole et les consommateurs. En effet, les agents promotionnels jouent un rôle économique et culturel essentiel. Partenaires incontournables de la gastronomie québécoise, ils contribuent à la vitalité de l'offre culturelle et à l'attrait touristique du Québec.

Au service des consommateurs québécois, ils démocratisent l'accès à des produits diversifiés et de qualité. Grâce à leur proximité avec les tendances de consommation, ils font preuve d'une

¹ Lettre du Raspipav, *Le Journal de Montréal*, 11 mai 2023, en ligne, <https://www.journaldemontreal.com/2023/05/11/la-saq-doit-reconnaitre-que-les-importations-privées-contribuent-activement-a-sa-reussite>

² Benoîte Labrosse, « Alcool : le secteur de l'importation privée en transition », *Les Affaires*, 14 juin 2023, en ligne, <https://www.lesaffaires.com/dossiers/industrie-des-alcools-comment-rester-rentables-3/alcool-le-secteur-de-limportation-privée-en-transition-2/>

³ Rapport annuel de la SAQ 2025, en ligne, https://saqblobmktg.blob.core.windows.net/documents/Communications/Rapports_Financiers/SAQ_RA25_FINAL.pdf

capacité d'innovation unique. [Selon l'Indice A3 2025](#), 58 % des Québécois estiment que les agences facilitent l'accès à une offre plus variée de produits alcoolisés, ce qui témoigne de leur valeur aux yeux du public.⁴ **La contribution des agents promotionnels est aussi sociale** : dans un contexte de baisse de la consommation d'alcool, ils favorisent une consommation plus éclairée et responsable.

Concrètement, ils assurent la gestion de l'offre, sélectionnent les produits comme de véritables « chasseurs de tendances », assurent la responsabilité des stocks et la garantie financière, financent la mise en marché et offrent un service à la clientèle de qualité.

Proches de leurs clientèles, les agents promotionnels se positionnent comme un département de « recherche et développement » de la SAQ qui identifie les tendances de consommation d'aujourd'hui et de demain. Grâce à leur capacité d'innovation, les membres du Raspipav visent à contribuer **à rendre notre économie plus résiliente et plus performante** et à participer à l'augmentation du pouvoir d'achat des Québécois.

Recommandation 2 : Créer un permis d'alcool pour permettre aux importateurs privés de revendre aux consommateurs leurs produits rachetés à l'entrepôt de la SAQ.

Les agents promotionnels sont en faveur de la création d'un permis d'alcool, qui pourrait prendre la forme d'un permis de détaillant autorisé ou de distributeur de vin et spiritueux — s'inspirant, par exemple, du [permis d'alcool de distributeur de bière](#).⁵

Ce nouveau permis s'adresserait seulement aux importateurs privés et leur donnerait le droit de revendre aux consommateurs leurs produits rachetés à l'entrepôt de la SAQ, soit de racheter des importations privées et d'effectuer des ventes à la bouteille. La revente se ferait en priorité aux particuliers et serait facile à mettre en œuvre, puisque les bouteilles pour les particuliers n'ont pas besoin d'être timbrées. Cela permettrait de soutenir la SAQ dans la gestion de son entrepôt en rachetant des lots résiduels, en les stockant et en les revendant. Ce permis d'alcool viendrait encadrer et reconnaître une pratique déjà tolérée par Revenu Québec, mais interdite par les règles de la SAQ.

Cette demande s'inscrit également dans un contexte plus large où de nouveaux modèles d'affaires voient le jour. Les agents promotionnels ont l'expertise et le souci du produit. Ils sont les mieux placés pour éduquer et servir la clientèle québécoise dont les préférences et les habitudes en matière d'expériences gastronomiques évoluent constamment.

⁴A3 Les agences de vins, bières et spiritueux, Indice A3 Édition 2025, en ligne, <https://www.a3quebec.com/wp-content/uploads/2025/07/Indice-2025.pdf>

⁵Régie des alcools, des courses et des jeux, Permis de distributeur de bière, en ligne <https://www.racj.gouv.qc.ca/alcool/fabriquer-des-boissons-alcooliques/permis-de-distributeur-de-biere>

Recommandation 3 : Rétablir les conditions permettant la croissance économique : enlever les restrictions sur la capacité d'achat implantées en 2023 pour résorber le problème de surstock en entrepôt et pallier la capacité physique limitée de l'entrepôt de la SAQ.

En 2023, la SAQ a imposé un calcul entourant la gestion des stocks aux agents promotionnels. Une nouvelle capacité d'achat (week of stock—WOS) a été allouée à chaque importateur, basée sur les ventes de la dernière année, qui prend en compte le nombre de caisses commandées, celles en entrepôt et la capacité de l'agent promotionnel à vendre ses produits rapidement. En sortie de pandémie, ces règles ont été mises en place, car la capacité de stockage de la SAQ était très limitée à cette période.

Ces règles demeurent en vigueur aujourd'hui, alors que le contexte de la SAQ a considérablement évolué. Pour le Raspipav, cette restriction n'est plus justifiée à l'heure actuelle et **prive la société d'État d'une partie de ses revenus issus des ventes en importation privée**. En effet, le WOS freine l'essor économique des agents promotionnels, bien qu'ils garantissent leurs achats et assument l'ensemble des risques financiers liés à leurs commandes. Cette contrainte limite également leur capacité à s'adapter rapidement aux fluctuations du marché. Le Raspipav souhaite que les agents promotionnels soient reconnus comme de véritables partenaires de la SAQ et demande la levée de cette restriction afin de favoriser leur croissance économique.

La création d'un statut et d'un permis d'alcool pour les importateurs privés (recommandations 1 et 2) sont des solutions qui pourraient également permettre de régler le problème d'entreposage de la SAQ qui semble sans issue. Sensibiliser la SAQ à l'importance de soutenir l'essor de nos PME s'est pour le moment avéré infructueux.

Recommandation 4 : Favoriser un meilleur accès à l'information financière et opérationnelle de la SAQ pour renforcer la collaboration d'affaires entre la SAQ et ses partenaires.

Le Raspipav souhaite faciliter l'accès à l'information de la SAQ pour les agents promotionnels afin de renforcer la collaboration d'affaires, anticiper et comprendre les décisions et accroître **la productivité de nos entreprises...** (accès aux factures détaillées en cas de prélèvement, partage des chiffres en lien avec notre industrie, etc.).

Recommandation 5 : Tester des projets innovants en phase avec l'évolution des besoins et tendances de consommateurs québécois : un projet pilote « caviste d'importation privée : pignon sur rue ».

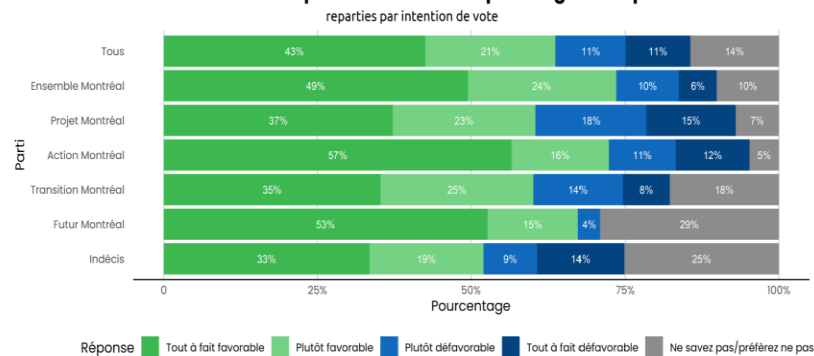
Le Raspipav souligne la pertinence de **tester des projets innovants** qui favorisent l'entrepreneuriat au Québec et qui sont en phase avec l'évolution des besoins et tendances des consommateurs québécois. Un projet pilote « caviste d'importation privée : pignon sur rue » en milieu urbain permettrait aux importateurs privés de vendre à leur clientèle directement à leur place d'affaires. Cela créerait une offre de produits plus variés **qui viendrait répondre à**

l'évolution des préférences des Québécois et à leur soif de connaissances sur les vins et les spiritueux. En offrant un service de proximité et de juste-à-temps à leur clientèle personnalisée, les agents promotionnels contribueraient également à la hausse des revenus de la SAQ.

Ce modèle de caviste suscite l'adhésion de la population québécoise. Le 25 octobre 2025, Pallas Data a sondé un échantillon aléatoire de 608 personnes âgées de 18 ans ou plus et vivant dans la ville de Montréal. **64 % des Montréalais adhèrent au modèle « caviste »** en se disant favorables à ce que Montréal teste ce modèle pour offrir un accès plus large à des vins et spiritueux d'importation privée.

Opinions sur les cavistes

Dans plusieurs grandes villes, les citoyens peuvent acheter des vins et spiritueux d'importation privée dans des boutiques spécialisées, connus sous le nom de «cavistes», situées en milieu urbain. Seriez-vous favorable à ce que Montréal teste un modèle semblable pour offrir un accès plus large à ces produits ?



© 2025 Pallas Data

