

# L'entrée d'Amazon sur le marché canadien et sa stratégie réglementaire

Publié le 6 août 2025 35 min de lecture



## Histoire d'Amazon au Canada et au Québec

### L'entrée et l'expansion initiale d'Amazon au Canada (2002–2010)

L'incursion d'Amazon au Canada a débuté en **2002**, avec le lancement du site Amazon.ca le 25 juin 2002 (Source: [publishersweekly.com](https://publishersweekly.com)). À l'époque, Amazon.ca se concentrait sur les livres, la musique et les DVD, vendant en dollars canadiens et expédiant via Postes Canada (Source: [publishersweekly.com](https://publishersweekly.com)).

**Obstacles réglementaires :** Pour se conformer aux lois canadiennes sur l'investissement culturel (qui exigent que les librairies soient détenues par des Canadiens), Amazon a créé Amazon.ca en tant que filiale canadienne sans *aucune présence physique* au Canada. Au lieu de cela, elle a contracté Assured Logistics, une filiale de Postes Canada, pour l'exécution des commandes (Source:

[publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). Le PDG Jeff Bezos a souligné qu'Amazon.ca travaillerait avec les éditeurs canadiens et augmenterait même la portée mondiale des auteurs canadiens (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). Néanmoins, le ministère du Patrimoine du gouvernement canadien a annoncé qu'il examinerait l'entrée d'Amazon en vertu de la Loi sur Investissement Canada (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). Les principaux libraires canadiens (Indigo Books & Music et l'Association des libraires canadiens) ont protesté, affirmant que l'entrée d'Amazon « semble être une contravention directe » à la politique canadienne de protection des industries culturelles (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). La PDG d'Indigo, Heather Reisman, a averti que permettre à Amazon de « passer un camion Mack à travers la politique canadienne du livre » nuirait aux libraires indépendants [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com). Bezos a publiquement riposté, suggérant que la véritable préoccupation d'Indigo était les remises importantes d'Amazon (30 % sur de nombreux livres) et les offres de livraison gratuite, plutôt que la protection culturelle (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)).

Tout au long des **années 2000**, Amazon.ca a progressivement élargi ses catégories de produits au-delà des médias. Elle a commencé à proposer des produits électroniques, des vêtements et d'autres articles aux consommateurs canadiens, bien qu'une grande partie de l'inventaire ait été initialement expédiée des États-Unis ou par l'intermédiaire de distributeurs tiers. À la fin de la décennie, les clients canadiens adoptaient de plus en plus les achats en ligne, préparant le terrain pour qu'Amazon investisse dans les infrastructures locales.

**Jalon – Lancement d'Amazon.ca (2002)** : L'introduction d'Amazon.ca a marqué un tournant pour le commerce électronique canadien, donnant immédiatement aux Canadiens accès à plus de 1,5 million de produits en anglais et en français (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). Au début, Amazon opérait sans entrepôts au Canada, ce qui entraînait des délais de livraison plus longs et une dépendance vis-à-vis des partenaires. Cette période a vu Amazon établir sa marque auprès des consommateurs canadiens tout en naviguant entre les réglementations culturelles fédérales et la résistance de l'industrie.

## Construction d'une empreinte physique : Centres de traitement des commandes et bureaux (2011–2015)

La phase suivante d'Amazon au Canada a été définie par le **développement des infrastructures**. En **2011**, Amazon a ouvert son premier **centre de traitement des commandes** canadien – un entrepôt massif à *Mississauga, Ontario*, d'environ 500 000 pieds carrés (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). Cette installation de Mississauga (nom de code YYZ1) a marqué la transition d'Amazon de la simple *expédition vers* le Canada à l'*exploitation au sein* du Canada. Au cours des années suivantes, Amazon a rapidement ajouté d'autres [centres de traitement des commandes](#) pour améliorer les vitesses de livraison. En **2013**, Amazon a introduit **Amazon Prime** au Canada, offrant des abonnements à 79 \$/an pour une livraison gratuite en deux jours (bien que sans les avantages de Prime Video ou du prêt Kindle aux États-Unis) (Source:

[theverge.com](http://theverge.com)). Le lancement de Prime a été essentiel : il a signalé la confiance d'Amazon dans la logistique canadienne, car garantir une livraison en 2 jours nécessitait un réseau d'entrepôts et d'accords avec les transporteurs. En effet, les débuts de Prime ont coïncidé avec l'investissement d'Amazon dans davantage d'installations. *(Il est à noter qu'Amazon a initialement exclu le Québec de l'essai gratuit de Prime, probablement en raison des lois uniques de cette province en matière de protection des consommateurs (Source: [theverge.com](http://theverge.com)).)*

Entre **2011 et 2015**, le réseau de traitement des commandes d'Amazon est passé de ce seul centre de Mississauga à une présence d'un océan à l'autre. L'**Ontario** a vu plusieurs grands centres de traitement des commandes près de Toronto (par exemple à Brampton et Milton), tirant parti de la région métropolitaine de Toronto, très peuplée. La **Colombie-Britannique** a obtenu son premier centre de traitement des commandes à Delta (près de Vancouver), étendant le service à l'Ouest canadien. **La main-d'œuvre canadienne d'Amazon** : Ces centres ont créé des [milliers d'emplois](#). En 2018, Amazon comptait environ 4 100 employés directs au Canada, travaillant dans des bureaux à Vancouver, Toronto et Ottawa, et dans six centres de traitement des commandes à travers le pays (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)). L'entreprise a également ouvert des installations plus petites comme des centres de tri (qui acheminent les colis par région) et a commencé à utiliser des entrepreneurs de livraison. La présence croissante d'Amazon a été bien accueillie par beaucoup – y compris le Premier ministre. En 2018, Justin Trudeau a salué les expansions d'Amazon, notant qu'elles « apporteraient encore plus d'énergie, de vision – et des milliers de bons emplois – au Canada » (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca))(Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)).

**Bureaux d'entreprise et pôles technologiques** : Parallèlement aux entrepôts, Amazon a étendu son [empreinte corporative](#) canadienne. Son siège social canadien est à **Vancouver**, où Amazon a établi un important pôle technologique. En 2017-2018, Amazon a annoncé **3 000 nouveaux emplois technologiques à Vancouver**, y compris un nouveau bureau dans l'ancien bâtiment de Postes Canada de la ville (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca))(Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)). Amazon a également développé son pôle technologique de Toronto et a maintenu des bureaux à Ottawa (souvent axés sur AWS et les clients gouvernementaux). Ces pôles ont tiré parti du bassin de talents qualifiés du Canada et ont bénéficié de politiques favorables à l'innovation. (En effet, le gouvernement canadien a activement courtisé Amazon : Toronto a été la seule ville non américaine à figurer sur la liste des finalistes pour le HQ2 d'Amazon en 2018, avec un soutien fédéral, provincial et municipal coordonné, bien que le HQ2 ait finalement été attribué aux États-Unis.)

**Jalon – Premier centre de traitement des commandes canadien (2011)** : Le premier entrepôt canadien d'Amazon a ouvert ses portes en 2011 à Mississauga, ON (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). Cela a marqué le début d'un réseau logistique qui, d'ici 2021, couvrirait **17 à 19 centres de traitement des commandes** à l'échelle nationale (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). Le début des années 2010 a également vu les ventes d'Amazon Canada augmenter, nécessitant des entrepôts locaux pour répondre à la demande. En 2013, l'introduction d'Amazon Prime a encore accéléré l'adoption du commerce électronique.

## Croissance rapide et diversification (2016–2020)

La **fin des années 2010** a été une période d'**expansion fulgurante** pour Amazon Canada, alimentée par une demande en ligne croissante et de nouvelles lignes d'affaires :

- **Explosion du réseau de traitement des commandes** : La capacité de distribution d'Amazon au Canada a environ **quadruplé** de 2015 à 2020. En 2018, l'empreinte de traitement des commandes d'Amazon au Canada était d'environ 4 millions de pieds carrés ; en 2020, elle avait ajouté un étonnant 4,7 millions de pieds carrés en une seule année (une augmentation de 68 %) (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). De nouveaux centres de traitement des commandes ont ouvert à **Calgary, Edmonton (Acheson/Nisku), Ottawa** et dans les **banlieues de Montréal**, entre autres. Fin 2020, Amazon exploitait **13 centres de traitement des commandes, 15 stations de livraison et 2 centres de tri** à travers le Canada (Source: [warehouseworkersunite.ca](http://warehouseworkersunite.ca))(Source: [warehouseworkersunite.ca](http://warehouseworkersunite.ca)). Fait important, Amazon a introduit des centres équipés de robots (par exemple, l'installation de **Brampton, ON**, ouverte en 2019, a été décrite comme un centre de traitement des commandes robotisé de haute technologie (Source: [aboutamazon.com](http://aboutamazon.com))). Le réseau de distribution a atteint près de 19,5 millions de pieds carrés en 2021 (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). (À titre de comparaison, cela représente près de quatre complexes commerciaux du West Edmonton Mall en termes d'espace de stockage (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)) !)
- **Investissement dans la livraison du dernier kilomètre** : À partir de **2016**, Amazon a lancé ses propres stations de livraison au Canada pour gérer les livraisons du « dernier kilomètre ». Elle a ouvert la première station en 2016 et comptait 16 stations de livraison en 2020 (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). Au lieu de s'appuyer uniquement sur Postes Canada ou UPS, Amazon a de plus en plus livré des colis via sa branche Amazon Logistics. Rien qu'en 2020, Amazon a ajouté environ 1,75 million de pieds carrés d'espace de station de livraison (un bond de 541 %) et a ouvert des stations dans des villes comme *Kitchener, Etobicoke, Whitby, Calgary, Edmonton*, et plus encore (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). Ce passage aux fourgonnettes de marque Amazon et aux chauffeurs sous-traitants a permis un service plus rapide (y compris des livraisons le jour même à Toronto/Vancouver) et une dépendance réduite vis-à-vis de la main-d'œuvre syndiquée de Postes Canada. (Postes Canada est restée un partenaire, notamment pour les livraisons éloignées, mais le modèle de messagerie à faible coût d'Amazon a exercé une pression concurrentielle sur le service postal (Source: [disconnect.blog](http://disconnect.blog))(Source: [cupw.ca](http://cupw.ca)).)
- **Amazon Web Services (AWS) au Canada** : Un développement majeur a été l'expansion de l'**infrastructure cloud AWS sur le sol canadien**, qui a été cruciale pour les clients canadiens sensibles aux données. En **décembre 2016**, Amazon a ouvert la région *AWS Canada (Centre)* à **Montréal, Québec** – sa première région de centres de données canadiens (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)). Cette région de Montréal (ca-central-1) a été lancée avec plusieurs zones de

disponibilité, offrant aux entreprises canadiennes des services cloud avec résidence des données au Canada (Source: [techcrunch.com](https://techcrunch.com)). Amazon a investi plus de 2,5 milliards de dollars canadiens de 2016 à 2021 pour établir et exploiter la région AWS de Montréal (Source: [aboutamazon.ca](https://aboutamazon.ca)). En **2020**, AWS était un acteur clé de l'écosystème technologique canadien, servant de grandes banques, des gouvernements et des startups qui nécessitent un hébergement local. (*Le choix de Montréal par Amazon pour sa première région a également souligné l'attrait de l'hydroélectricité et des talents technologiques du Québec.*) Au cours des années suivantes, AWS a annoncé une deuxième région : à **Calgary, Alberta**, qui a finalement été lancée fin 2023 (AWS Canada Ouest) (Source: [aws.amazon.com](https://aws.amazon.com)) – donnant au Canada deux régions AWS (Montréal et Calgary) d'ici 2024.

- **Offres aux consommateurs et impact culturel** : Amazon a élargi ses services aux consommateurs durant cette période. **Amazon Prime Video** a été déployé pour les membres canadiens de Prime fin 2016, dans le cadre d'un lancement mondial de Prime Video dans plus de 200 pays (Source: [broadcastermagazine.com](https://broadcastermagazine.com)). Les téléspectateurs canadiens ont eu accès au contenu de streaming d'Amazon, qui, dans les années 2020, comprenait certaines productions filmées au Canada (par exemple, *The Boys*, une série originale d'Amazon, a été tournée à Toronto). Amazon a également introduit des appareils comme la liseuse Kindle et les enceintes intelligentes Echo au Canada. (La boutique Kindle a ouvert pour les clients canadiens vers 2009, et à la fin des années 2010, l'assistant **Alexa** d'Amazon était disponible avec une voix anglaise canadienne, et plus tard un support franco-canadien d'ici 2020, s'adressant aux utilisateurs québécois.) En **2017**, Amazon a acquis **Whole Foods Market**, et avec elle, une poignée de supermarchés Whole Foods au Canada (dans des villes comme Vancouver et Toronto). Cela a donné à Amazon une modeste présence de vente au détail physique et a signalé une entrée dans le secteur de l'épicerie au Canada, bien que limitée en échelle.

**Québec : Prudence initiale, puis expansion** : Pendant la majeure partie des années 2000 et 2010, la présence physique d'Amazon au Québec était minimale. Le site Amazon.ca desservait les clients québécois (le site a été bilingue, offrant du contenu et un service client en français). Cependant, la **première installation de traitement des commandes au Québec** n'a été annoncée qu'à la **fin de 2019**. Le 8 novembre 2019, Amazon Canada a dévoilé des plans pour construire un centre de tri à *Lachine, Montréal*, le vice-président canadien d'Amazon déclarant son enthousiasme « à mieux servir nos clients à travers le Québec » (Source: [eng.pressbee.net](https://eng.pressbee.net)). Il s'agissait d'une mesure stratégique visant à améliorer les vitesses de livraison Prime pour les 8 millions de résidents du Québec, qui avaient pris du retard par rapport à d'autres régions. En **juillet 2020**, Amazon a officiellement ouvert l'installation de Lachine – un centre de traitement des commandes moderne avec 300 emplois permanents, doté de technologie robotique pour la préparation et l'emballage (Source: [eng.pressbee.net](https://eng.pressbee.net)). Amazon a vanté des salaires de départ de 16 \$/heure et des avantages sociaux complets au Québec, soulignant son entrée en tant que fournisseur de bons emplois (Source: [eng.pressbee.net](https://eng.pressbee.net)). Après Lachine, Amazon a rapidement ajouté d'autres sites : en janvier 2021, elle a annoncé *cinq* nouvelles installations au Québec, dont un grand centre de tri à Coteau-du-Lac (à l'ouest de Montréal), un autre à Longueuil (Rive-Sud) et trois stations de

livraison à Laval et Lachine (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Fin 2021, Amazon a qualifié le site de Coteau-du-Lac de son centre de tri « le plus avancé » au Canada, employant 500 travailleurs à temps plein (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Pour le Québec, ces développements de 2019 à 2021 ont représenté une *expansion rapide*, compressant essentiellement en deux ans ce qui avait pris une décennie ailleurs.

**Jalon – Première région AWS d'Amazon (2016) :** En 2016, Amazon Web Services a ouvert sa région cloud Canada (Centre) à Montréal (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)), soulignant l'importance croissante du marché technologique canadien. Cet investissement (plus de 2,5 milliards de dollars canadiens d'ici 2021 pour l'infrastructure AWS (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca))) a permis aux entreprises canadiennes et aux agences gouvernementales d'héberger des données au niveau national et a stimulé l'adoption du cloud – une influence significative sur l'écosystème technologique.

**Jalon – L'adoption de Prime s'envole :** À la fin de cette période, Amazon Prime avait solidement ancré sa présence dans la culture de consommation canadienne. En **2022, 43 % des adultes canadiens étaient des membres Prime payants**, et 12 % supplémentaires utilisaient le compte Prime de quelqu'un d'autre – ce qui signifie que plus de **55 % des acheteurs canadiens ont accès aux avantages Prime**(Source: [usesignhouse.com](http://usesignhouse.com)). Ce taux d'adoption élevé reflète à quel point Amazon était devenu essentiel au comportement des consommateurs canadiens, avec des avantages comme la livraison gratuite en deux jours, le streaming Prime Video et des offres exclusives qui ont modifié les habitudes d'achat.

## Travail et emploi au Canada : croissance, syndicats et controverses

La croissance d'Amazon au Canada en a fait un employeur majeur, mais a également entraîné des **controverses liées au travail** similaires à celles observées aux États-Unis. En **2023**, Amazon employait directement plus de **45 000** personnes au Canada (à temps plein et à temps partiel) dans ses centres de traitement des commandes, son réseau de livraison, ses pôles technologiques et ses magasins Whole Foods (Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com)). Cette création d'emplois explosive – passant d'environ 9 000 employés en 2018 (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca))(Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)) à plus de 45 000 cinq ans plus tard – a reçu un accueil mitigé.

**Main-d'œuvre et salaires :** Amazon se positionne comme offrant des salaires et des avantages sociaux compétitifs au Canada. Le salaire de départ en entrepôt se situait généralement entre 16 et 20 dollars de l'heure (en 2020, Amazon a mentionné un salaire de départ de 16 \$/heure avec avantages sociaux au Québec (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)), et a ensuite augmenté le salaire de départ à environ 17 \$ dans certaines régions pour devancer le salaire minimum). Des avantages comme la couverture santé/dentaire

et les régimes de REER sont offerts au personnel à temps plein dès le premier jour (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Malgré cela, les travailleurs et les défenseurs des droits du travail ont fréquemment critiqué Amazon pour son rythme de travail intense et son bilan en matière de sécurité.

**Conditions de travail et sécurité :** L'environnement de traitement des commandes rapide et « frénétique » a suscité des inquiétudes concernant les blessures et l'épuisement professionnel. Des enquêtes ont révélé que **les taux de blessures dans les entrepôts canadiens d'Amazon étaient alarmants**. Un reportage du Toronto Star a noté que le taux de blessures d'Amazon au Canada était *15 % plus élevé* que sa moyenne américaine, et que dans les installations de la région de Toronto, **les taux de blessures ont plus que doublé de 2016 à 2019**(Source: [warehouseworkersunite.ca](http://warehouseworkersunite.ca))(Source: [warehouseworkersunite.ca](http://warehouseworkersunite.ca)). Les troubles musculo-squelettiques et les accidents d'entrepôt ont augmenté à mesure qu'Amazon intensifiait ses objectifs de rendement. La COVID-19 a également mis en lumière les problèmes de sécurité : en 2020-2021, plusieurs entrepôts Amazon ont subi d'importantes épidémies de COVID. Dans la région de Peel (Ontario), les responsables de la santé publique ont temporairement **fermé un centre de traitement des commandes Amazon à Brampton** en mars 2021 après que **plus de 240 travailleurs aient été testés positifs**(Source: [youtube.com](http://youtube.com))(Source: [reuters.com](http://reuters.com)). Cette mesure sans précédent (fermeture d'un entrepôt entier) a souligné à la fois l'ampleur des concentrations de main-d'œuvre d'Amazon et les préoccupations selon lesquelles Amazon n'avait pas fait assez au début de la pandémie pour protéger les travailleurs. Amazon a réagi en effectuant des tests de masse sur les employés et en instituant des primes de rémunération pendant le pic de la COVID, mais a ensuite mis fin à ces primes de risque liées à la pandémie à la mi-2020 (Source: [globalnews.ca](http://globalnews.ca)). La réponse interne de l'entreprise à l'augmentation des blessures – comme des programmes pilotes de bien-être ou des améliorations ergonomiques – n'a guère réussi à faire taire les critiques selon lesquelles ses quotas de productivité créent une « crise de sécurité cachée ».

**Efforts de syndicalisation :** Pendant des années, aucune installation Amazon en Amérique du Nord n'avait réussi à se syndiquer. Le Canada s'est avéré un terrain fertile pour les tentatives d'organisation, compte tenu de lois généralement plus favorables aux travailleurs. En **septembre 2021**, le syndicat des **Teamsters Canada** a lancé une campagne très médiatisée au centre de traitement des commandes d'Amazon à *Nisku, Alberta* (code d'entrepôt YEG1, près d'Edmonton). La section locale 362 des Teamsters a déposé une demande de vote de certification syndicale pour le centre de Nisku, qui compte 600 employés (Source: [reuters.com](http://reuters.com))(Source: [reuters.com](http://reuters.com)), déclarant qu'« Amazon ne changera pas sans un syndicat » et dénonçant la position « profondément anti-travailleur » de l'entreprise (Source: [reuters.com](http://reuters.com)). Cela faisait suite au mécontentement après les épidémies de COVID et les blessures au travail. Amazon a riposté avec force, affirmant que « les syndicats ne sont pas la meilleure solution » pour ses employés et que la négociation collective entraverait l'agilité de l'entreprise (Source: [reuters.com](http://reuters.com)). La campagne de syndicalisation de Nisku n'a pas abouti – début 2022, elle a été

abandonnée, au milieu de rapports faisant état de votes insuffisants et d'un roulement élevé (les tactiques d'Amazon et la difficulté d'atteindre les 40 % d'inscriptions requis dans une main-d'œuvre à fort roulement ont rendu l'organisation difficile).

Cependant, les organisateurs syndicaux ont appris et ont déplacé leur attention vers le Québec. Les **lois du travail du Québec** permettent la certification syndicale par vérification des cartes avec une majorité suffisante, évitant ainsi certains obstacles d'un vote prolongé. En **avril 2024**, la Confédération des syndicats nationaux (**CSN**, une importante fédération syndicale québécoise) a déposé une demande de certification dans un centre de livraison Amazon à *Laval, QC*, avec le soutien d'environ 200 travailleurs (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Les travailleurs ont cité « le rythme de travail frénétique, des mesures de santé et de sécurité lamentablement inadéquates et des salaires bien en deçà de la norme » pour des emplois similaires au Québec (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Le 13 mai 2024, le Tribunal du travail du Québec a **certifié le syndicat de la CSN à l'installation Amazon de Laval**, en faisant **le premier entrepôt Amazon syndiqué au Canada**(Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Ce fut une percée historique. Amazon a contesté la certification syndicale, affirmant que le processus ne reflétait pas les intérêts des employés (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)), mais leur appel a été infructueux à court terme. En août 2024, un juge québécois a même ordonné à Amazon de cesser d'interférer avec la syndicalisation et de retirer la propagande anti-syndicale de ses entrepôts, infligeant 30 000 \$ de dommages-intérêts à Amazon pour sa conduite (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)).

La réponse d'Amazon au syndicat fut drastique. En **janvier 2025**, Amazon a annoncé qu'elle **fermerait toutes ses installations de traitement des commandes et de livraison au Québec** dans les semaines à venir (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net))(Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Plus de **1 700 emplois** devaient être supprimés, Amazon ayant déclaré qu'elle « *externaliserait les livraisons* » au Québec à des sous-traitants tiers (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net))(Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). L'entreprise a insisté sur le fait que la décision était due à des besoins de coûts et d'efficacité, et non à des représailles contre le syndicat – mais cette affirmation a été accueillie avec un scepticisme généralisé. En fermant *tous* les sites québécois (et pas seulement l'entrepôt syndiqué de Laval), Amazon a évité d'être liée par la nouvelle convention collective, ce que les observateurs ont noté comme un moyen de contourner les lois du travail québécoises anti-représailles (Source: [tempestmag.org](http://tempestmag.org)). L'impact sur les travailleurs a été immédiat : des centaines d'employés nouvellement syndiqués ont vu leur lieu de travail fermé avant même que toute négociation collective ne puisse commencer.

**Réactions publiques et politiques** : Le retrait d'Amazon du Québec a suscité une controverse importante. Le premier ministre du Québec, François Legault, et des responsables fédéraux ont exprimé leur consternation face à la perte soudaine de 1 700 emplois. Le ministre fédéral de l'Industrie, François-Philippe Champagne, a adressé un **avertissement sévère** à Amazon en janvier 2025, déclarant que le gouvernement « *réexaminerait sa relation d'affaires* » avec Amazon – notant que les contrats fédéraux avec Amazon (probablement des contrats AWS) valaient des centaines de millions (Source:

[globalnews.ca](http://globalnews.ca)). Essentiellement, Ottawa a signalé qu'il pourrait utiliser les marchés publics ou la surveillance réglementaire en réponse. Amazon, confrontée à des dommages réputationnels, a déclaré être « ouverte aux discussions » avec les responsables pour expliquer sa décision (Source: [globalnews.ca](http://globalnews.ca)). Pendant ce temps, les groupes syndicaux ont accusé Amazon de briser les syndicats, et même certains actionnaires d'Amazon (par le biais de fonds de pension) ont exprimé leur inquiétude concernant les fermetures au Québec en tant que question de droits de l'homme (Source: [business-humanrights.org](http://business-humanrights.org)). À ce jour, Amazon a procédé aux fermetures au Québec, illustrant les efforts qu'elle déploierait pour résister aux syndicats, même au prix d'un retrait d'une province entière.

Dans d'autres provinces, les efforts de syndicalisation se poursuivent, mais aucun n'a encore obtenu de reconnaissance formelle. Les Teamsters et d'autres syndicats continuent d'organiser des campagnes sur divers sites Amazon en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique, encouragés par la brève victoire au Québec. L'histoire du travail chez Amazon au Canada reste celle d'une tension entre l'éthique de l'entreprise axée sur l'« *obsession du client* » (avec des objectifs de vitesse de traitement des commandes incessants) et les demandes croissantes de sa main-d'œuvre pour de meilleures conditions, une meilleure sécurité et une voix au travail.

## Interactions gouvernementales et réglementaires

L'expansion d'Amazon au Canada a impliqué des interactions complexes avec les **gouvernements fédéral et provinciaux**, allant des incitations et investissements à l'examen antitrust :

- **Réglementations culturelles initiales** : Comme mentionné, l'entrée d'Amazon en 2002 a été soigneusement structurée pour respecter les règles canadiennes de protection culturelle pour les libraires (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). L'examen du ministère fédéral du Patrimoine a finalement permis à Amazon.ca d'opérer via le partenariat avec Postes Canada. Au fil du temps, à mesure que la gamme de produits d'Amazon s'est étendue au-delà des livres, ces règles de propriété culturelle sont devenues moins centrales, et Amazon a finalement établi une présence physique directe une fois qu'elle n'était plus soumise aux restrictions de « libraire » (la domination d'Indigo avait diminué, et le gouvernement est devenu plus réceptif aux investissements étrangers dans le commerce électronique dans les années 2010).
- **Incitations et développement économique** : Les gouvernements fédéral et provinciaux ont activement courtisé les investissements d'Amazon. À la fin des années 2010, des villes de tout le Canada se sont disputé le concours **HQ2** d'Amazon. La **candidature de Toronto pour HQ2 (2017)** était particulièrement solide – elle était accompagnée de lettres de soutien du Premier ministre, du Premier ministre de l'Ontario et des maires, et offrait des incitations en matière de talents et d'impôts, bien qu'aucune subvention directe (Source: [brookings.edu](http://brookings.edu)). Bien que Toronto n'ait pas remporté HQ2, Amazon a tout de même considérablement étendu ses activités au Canada. Par

exemple, l'expansion du **pôle technologique d'Amazon à Vancouver** en 2018 a été célébrée en personne par le Premier ministre (Source: [pm.gc.ca](https://pm.gc.ca)), reflétant un ton de partenariat. Les gouvernements provinciaux ont également apporté leur soutien : par exemple, le gouvernement du Québec aurait offert à Amazon une certaine aide (telle que des fonds de formation professionnelle ou des permis simplifiés) pour attirer ses installations de 2019 à 2021, et le gouvernement de l'Alberta a accueilli les entrepôts Amazon comme une diversification de l'économie. Toutes les interactions n'ont cependant pas été positives. Lorsque Amazon a annoncé la fermeture de 2025 au Québec, le ministre de l'Économie du Québec, Pierre Fitzgibbon, a déclaré sans détour qu'Amazon « fait ce qu'elle veut » et a exprimé sa frustration, tandis que la province explorait des moyens d'aider les travailleurs licenciés à trouver de nouveaux emplois.

- **Enquêtes sur la concurrence et les pratiques anticoncurrentielles** : Le **Bureau de la concurrence** du Canada a surveillé le pouvoir de marché d'Amazon. En 2020, le Bureau a commencé à enquêter sur Amazon.ca pour d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles – plus précisément si les politiques d'Amazon pour les vendeurs tiers (telles que la « *Politique de prix équitables de la Place de marché* ») abusaient de la position dominante d'Amazon (Source: [canada.ca](https://canada.ca)). Cette politique pénalise les vendeurs qui proposent des prix inférieurs sur d'autres plateformes, et les régulateurs craignent que cela puisse **augmenter les prix pour les consommateurs et étouffer la concurrence**(Source: [canada.ca](https://canada.ca)). En juillet 2025, le Bureau a obtenu une ordonnance de la Cour fédérale pour faire avancer son enquête afin de déterminer si les pratiques d'Amazon (comme la restriction de la liberté de fixation des prix des vendeurs) violent la Loi sur la concurrence du Canada en tant qu'abus de position dominante (Source: [canada.ca](https://canada.ca))(Source: [canada.ca](https://canada.ca)). Le Bureau examine si les règles d'Amazon entraînent des frais et des prix plus élevés ou entravent l'entrée de places de marché de commerce électronique rivales (Source: [canada.ca](https://canada.ca)). Bien qu'aucune conclusion n'ait encore été tirée, cela reflète l'examen antitrust auquel Amazon est confrontée dans d'autres juridictions. Séparément, le Bureau de la concurrence a également examiné les pratiques publicitaires et marketing d'Amazon (par exemple, si les allégations de Prime ou les déclarations de prix en ligne étaient trompeuses), démontrant une surveillance réglementaire plus large (Source: [canada.ca](https://canada.ca)).
- **Fiscalité et politique numérique** : Le gouvernement canadien a récemment cherché à « uniformiser les règles du jeu » en matière de fiscalité des géants du numérique. Dès 2021, le Canada a exigé des entreprises de commerce électronique comme Amazon qu'elles perçoivent les taxes de vente provinciales et fédérales (TPS/TVH) sur les ventes de tiers et les produits numériques, mettant fin à une lacune qui donnait auparavant un avantage aux vendeurs en ligne basés à l'étranger. De plus, le Canada a envisagé une **taxe sur les services numériques** pour les grandes entreprises technologiques (qui pourrait inclure Amazon) afin de s'assurer qu'elles paient des impôts sur les revenus générés au Canada. Fin 2023, le Canada a mis de côté sa taxe numérique unilatérale en faveur d'un accord fiscal mondial de l'OCDE en attente (Source: [toronto.citynews.ca](https://toronto.citynews.ca)), mais cet

épisode a signalé à Amazon que le Canada attend des contributions fiscales proportionnelles à son empreinte. Amazon, pour sa part, a investi dans ses opérations canadiennes (plus de 40 milliards de dollars depuis 2010, comme indiqué dans son rapport d'impact) (Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com)), mais le débat public se poursuit quant à savoir si Amazon paie sa juste part d'impôt sur les sociétés – surtout compte tenu de sa tendance à acheminer les ventes via des juridictions à faible imposition. Au Québec, des journalistes d'investigation ont soulevé des questions sur l'évitement fiscal d'Amazon (par exemple, l'utilisation de montages extraterritoriaux pour éviter les taxes provinciales) (Source: [taxfairness.ca](https://taxfairness.ca)), ce qui a entraîné des appels à des règles plus strictes.

- **Contrats gouvernementaux** : AWS d'Amazon a obtenu des clients du secteur public canadien, y compris des ministères fédéraux et des gouvernements provinciaux qui utilisent les services cloud d'AWS. Ces contrats, évalués à des centaines de millions, sont devenus un moyen de pression lorsque le comportement d'Amazon a suscité la colère. Début 2025, comme mentionné, le ministre fédéral de l'Innovation a menacé de revoir l'utilisation des services d'Amazon par le gouvernement en réponse aux licenciements d'Amazon au Québec (Source: [globalnews.ca](https://globalnews.ca)). Cela indique que la relation d'Amazon avec Ottawa est multiforme : le gouvernement salue la création d'emplois et l'innovation d'Amazon, mais attend également une citoyenneté d'entreprise et peut exercer des pressions en utilisant (ou en retenant) des contrats lucratifs.

Dans l'ensemble, Amazon a navigué dans la politique canadienne en soulignant fréquemment ses contributions : investissements, chiffres d'emplois et soutien aux petites entreprises. Elle s'est associée à la **Chambre de commerce du Canada** pour publier des rapports d'impact économique (Source: [thelogic.co](https://thelogic.co)), et elle publie des récits de petites entreprises canadiennes prospérant sur la place de marché d'Amazon. Ces efforts visent à contrer le scepticisme des décideurs politiques et du public concernant la domination d'Amazon. À mesure qu'Amazon s'ancrera davantage dans l'économie canadienne, ses engagements réglementaires et politiques – que ce soit en matière de politique de concurrence, de droit du travail (comme au Québec) ou de marchés publics – continueront d'évoluer.

## Impact économique sur le commerce de détail et les marchés locaux

L'essor d'Amazon au Canada a profondément remodelé le **paysage du commerce de détail** et les économies locales :

- **Dominance du commerce électronique** : Amazon est le **leader du marché canadien du commerce électronique avec une large marge**. En 2023, Amazon détenait plus de **40 % des parts de marché du commerce électronique de détail au Canada**(Source: [madeinca.ca](https://madeinca.ca))(Source: [madeinca.ca](https://madeinca.ca)). En d'autres termes, plus de 4 dollars sur 10 dépensés en ligne par les Canadiens le sont sur Amazon. Cela dépasse de loin tout autre détaillant en ligne au Canada. (À titre de

comparaison, aux États-Unis, la part d'Amazon est d'environ 38 %, et au Royaume-Uni d'environ 25 %, de sorte que le marché en ligne canadien est encore plus concentré sur Amazon (Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca).) Les ventes nettes d'Amazon au Canada se sont élevées à **17,3 milliards de dollars canadiens en 2023** (Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca)) – un chiffre stupéfiant qui la place parmi les plus grands détaillants canadiens de tout type. Cette croissance a été dopée par la pandémie de COVID-19 (2020-2021), lorsque les confinements ont poussé les Canadiens à faire leurs achats en ligne en nombre record et que les ventes d'Amazon ont bondi. Les détaillants canadiens traditionnels comme **Canadian Tire, Walmart Canada, Indigo (Chapters)** et Best Buy se sont empressés d'élargir leurs offres en ligne et leurs services de cueillette en bordure de trottoir pour rivaliser.

- **Impact sur les détaillants physiques** : La présence d'Amazon a été citée comme un facteur contribuant aux défis ou à la disparition de divers détaillants. Les chaînes de librairies (par exemple, *Indigo/Chapters*) ont dû se diversifier au-delà des livres vers des produits de style de vie pour survivre à « l'ère Amazon ». La faillite de Sears Canada en 2017, bien que due à de nombreux facteurs, est survenue au milieu d'un virage vers les achats en ligne où Sears était en retard et Amazon excellait. Les chaînes d'électronique comme *Future Shop* et *Target Canada* (qui a quitté le marché en 2015) ont également eu du mal dans un environnement de plus en plus dominé par les ventes en ligne d'Amazon et de Walmart. Les détaillants basés dans les centres commerciaux ont subi des pressions, car de plus en plus de consommateurs optent pour la commodité et la vaste sélection d'Amazon. Parallèlement, les grands détaillants canadiens ont amélioré leur jeu – par exemple, Walmart et Canadian Tire ont massivement investi dans le commerce électronique et la technologie de la chaîne d'approvisionnement, en partie en réponse à Amazon. Les chaînes d'épicerie, anticipant l'expansion potentielle d'Amazon (après l'acquisition de Whole Foods et les expériences d'Amazon en matière de livraison d'épicerie), ont formé des partenariats (par exemple, Sobeys avec Ocado pour les épiceries en ligne) et amélioré leurs vitrines numériques. Au Québec, certains consommateurs et politiciens ont exprimé une préférence pour le soutien aux détaillants locaux ou aux places de marché en ligne basées au Québec comme contrepoids à la plateforme américanocentrique d'Amazon, s'inscrivant dans des sentiments plus larges de protection culturelle.
- **Place de marché et petites entreprises** : L'effet d'Amazon n'est pas simplement concurrentiel ; il permet également à de nombreux entrepreneurs canadiens. Grâce à la **Place de marché** tierce d'Amazon, plus de **30 000** petites et moyennes entreprises canadiennes vendent des produits (Source: [chamber.ca](http://chamber.ca)). En 2019, les vendeurs tiers canadiens ont généré plus d'**un milliard de dollars sur Amazon.ca**, soit une augmentation de 40 % par rapport à l'année précédente (Source: [chamber.ca](http://chamber.ca)). De plus, les vendeurs canadiens ont réalisé plus de **2 milliards de dollars de ventes supplémentaires auprès de clients internationaux** sur les sites mondiaux d'Amazon (Source: [chamber.ca](http://chamber.ca)). Environ 45 % des vendeurs de PME canadiennes utilisent Amazon pour exporter à l'étranger (Source: [chamber.ca](http://chamber.ca)). Ces chiffres montrent qu'Amazon a fourni une plateforme aux entreprises canadiennes pour atteindre des marchés nationaux et mondiaux qui auraient été difficiles

d'accès autrement. De toutes nouvelles marques canadiennes ont été bâties sur la place de marché d'Amazon (allant des accessoires électroniques aux articles ménagers). Cependant, la dépendance à l'égard d'Amazon signifie également que ces vendeurs doivent faire face aux frais, aux règles d'Amazon et à la menace constante de la concurrence de la propre activité de vente au détail d'Amazon ou de vendeurs étrangers. L'enquête en cours du **Bureau de la concurrence** sur le traitement des vendeurs par Amazon (discutée précédemment) découle de préoccupations selon lesquelles les vendeurs se sentent contraints d'augmenter leurs prix en dehors d'Amazon ou risquent d'être retirés de la liste (Source: [canada.ca](http://canada.ca)).

- **Économies locales et emplois** : Au niveau régional, les centres de distribution d'Amazon sont devenus d'importants employeurs et utilisateurs de terres. Par exemple, les centres de traitement des commandes d'Amazon autour de **Toronto (RGT)** – dans des banlieues comme Brampton, Mississauga, Bolton, Ajax – emploient des milliers de travailleurs horaires, faisant d'Amazon l'un des plus grands employeurs du secteur de la logistique en Ontario. En **Alberta**, le gigantesque entrepôt d'Amazon à Balzac (au nord de Calgary) et les sites autour d'Edmonton ont créé de nouveaux pôles logistiques, compensant partiellement les pertes dans d'autres secteurs. Ces centres s'accompagnaient souvent d'incitations municipales comme des allègements fiscaux sur la propriété ou des améliorations d'infrastructures (parcs industriels courtisant Amazon). Les **développeurs économiques** vantent souvent les investissements d'Amazon : l'entreprise a investi plus de **40 milliards de dollars au Canada depuis 2010**, contribuant à un PIB estimé à **33 milliards de dollars** en incluant les effets multiplicateurs (Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com)). Cela inclut non seulement les centres de traitement des commandes, mais aussi les centres de données AWS, les projets éoliens et solaires (Amazon achète de l'énergie renouvelable au Canada pour ses objectifs de durabilité) et les masses salariales.
- **Critiques – « Effet Amazon » sur les communautés** : Malgré les emplois et les investissements, les critiques soulignent que la présence d'Amazon peut nuire aux petites entreprises locales qui ne peuvent pas rivaliser avec ses prix et sa commodité. Les magasins indépendants ont perdu des clients au profit d'Amazon, et l'on craint que l'argent dépensé sur Amazon ne sorte des communautés locales (une grande partie vers le siège social américain d'Amazon ou ses actionnaires). Certaines Chambres de commerce locales au Canada ont lancé des campagnes « achetez local » citant explicitement Amazon comme une menace pour la survie des commerces de la rue principale (Source: [ctvnews.ca](http://ctvnews.ca)). Il y a aussi des préoccupations concernant l'emploi précaire : de nombreux emplois dans les entrepôts d'Amazon sont temporaires ou à fort taux de rotation, et la dépendance à l'égard de chauffeurs-livreurs sous-traités (qui sont souvent des travailleurs de l'économie à la demande avec les DSP d'Amazon) signifie moins d'emplois stables et syndiqués (en revanche, les emplois de Postes Canada ou d'UPS s'accompagnaient généralement de meilleurs salaires et d'une meilleure sécurité).

- **Logistique et immobilier** : Les opérations d'Amazon ont également impacté les infrastructures et l'immobilier. La nécessité de livrer des millions de colis rapidement a augmenté le trafic dans certaines zones (plus de fourgonnettes de livraison dans les quartiers). La demande d'immobilier industriel a bondi – par exemple, Amazon a loué ou construit d'énormes entrepôts, faisant grimper les loyers des entrepôts sur des marchés comme le RGT et Vancouver. Un développement notable a été la location par Amazon de l'ancien complexe de Postes Canada au centre-ville de Vancouver pour son bureau technologique (un emblème de l'économie numérique remplaçant l'ancienne). Un autre est l'utilisation par Amazon de terres des Premières Nations à Delta, C.-B. (Première Nation de Tsawwassen) pour un centre de traitement des commandes, offrant à cette communauté des revenus de location et des emplois (Source: [renx.ca](http://renx.ca)). Chaque ouverture de centre de traitement des commandes s'accompagnait souvent de communiqués de presse gouvernementaux célébrant des centaines d'emplois, mais aussi parfois de réactions négatives de la communauté concernant le trafic ou les bas salaires.

En résumé, l'impact économique d'Amazon au Canada a été à double tranchant. Il a incontestablement stimulé **l'innovation et les avantages pour les consommateurs** – les Canadiens bénéficient de livraisons rapides, d'une vaste sélection et de prix bas, et des milliers d'entreprises canadiennes atteignent leurs clients via Amazon. Il a également contribué de manière significative au PIB et à l'emploi, en particulier dans la logistique et la technologie. Pourtant, il a **perturbé le commerce de détail traditionnel**, contribué au déclin de certains détaillants canadiens et soulevé des questions politiques concernant la concurrence, les normes du travail et l'équilibre entre l'accueil des investissements et la protection des intérêts locaux.

## AWS et l'écosystème technologique canadien

L'influence d'Amazon au Canada va au-delà du commerce de détail. Sa division Amazon Web Services et ses investissements technologiques ont eu un **effet transformateur sur l'écosystème technologique** :

- **Adoption du cloud** : Depuis l'arrivée d'AWS en 2016 avec une région canadienne, Amazon est devenu un fournisseur d'infrastructure majeur pour les entreprises canadiennes. Les entreprises qui devaient autrefois héberger des serveurs localement peuvent désormais utiliser les régions AWS de Montréal (et maintenant Calgary) pour exécuter des applications dans le cloud. Des secteurs allant de la finance à la santé en passant par le gouvernement ont migré vers AWS, accélérant la *transformation numérique*. Par exemple, de grandes entreprises comme la **Banque Royale du Canada (RBC)** et **TELUS** (une entreprise de télécommunications) sont des clients d'AWS (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)), utilisant AWS pour innover dans la fintech et la connectivité. Les startups en ont également bénéficié – la disponibilité des services AWS locaux a abaissé les barrières au lancement de nouvelles startups technologiques canadiennes (qui peuvent construire des applications

évolutives sans investir dans leurs propres centres de données). AWS a également soutenu les startups canadiennes par le biais de programmes et de crédits, et en parrainant des événements de la communauté technologique.

- **Investissement et innovation** : AWS a annoncé fin 2021 qu'elle prévoyait d'investir jusqu'à **24,8 milliards de dollars supplémentaires au Canada d'ici 2037** pour étendre son infrastructure (cela inclut le maintien et l'expansion de la région de Montréal et de la nouvelle région de Calgary) (Source: [aboutamazon.ca](https://aboutamazon.ca)). Un tel engagement à long terme suggère des milliers d'emplois directs et indirects (de la construction aux opérations informatiques) et positionne le Canada comme un pôle de l'informatique en nuage. De plus, la présence d'Amazon a attiré d'autres entreprises de cloud et de technologie à intensifier leurs opérations canadiennes (par exemple, Microsoft et Google ont également étendu leurs régions cloud canadiennes à peu près au même moment, en partie pour ne pas être laissées pour compte sur le marché qu'Amazon a catalysé).
- **Talent technologique et fuite des cerveaux** : Les pôles technologiques canadiens d'Amazon à Vancouver et Toronto emploient des milliers d'ingénieurs logiciels, de chefs de produit et de chercheurs travaillant sur des projets mondiaux (Alexa, AWS, technologie de vente au détail, etc.). Cela a des effets à la fois positifs et controversés sur le bassin de talents. D'une part, Amazon offre des carrières stimulantes au Canada, empêchant certains talents de partir pour la Silicon Valley. Elle paie également des salaires élevés, élevant les normes de rémunération dans l'industrie locale. D'autre part, certaines petites entreprises technologiques canadiennes se sont plaintes de la difficulté à embaucher ou à retenir les talents car elles ne peuvent pas égaler la rémunération d'Amazon. À Vancouver en particulier, Amazon (ainsi que Microsoft, Facebook, etc.) a été accusée de contribuer à une « fuite des cerveaux » des startups – bien que beaucoup soutiendraient qu'elle forme également des talents et génère des anciens qui rejoignent ensuite des startups canadiennes. Le consensus général est que la présence d'Amazon a consolidé des villes comme Vancouver et Toronto en tant que centres technologiques de classe mondiale, ce qui aide également à attirer d'autres investissements. Le gouvernement canadien a même attribué à des politiques comme le *Visa Compétences Mondiales* (permis de travail accélérés pour les travailleurs technologiques) le mérite d'avoir aidé Amazon à développer sa main-d'œuvre technologique canadienne, impliquant une approche collaborative de l'attraction des talents (Source: [vox.com](https://www.vox.com)).
- **Recherche et développement** : Amazon s'est engagé dans des collaborations de R&D au Canada. Elle a ouvert un **laboratoire de R&D en reconnaissance vocale Alexa au Québec** pour améliorer la compréhension de la langue française. Elle a des partenariats avec des universités canadiennes (par exemple, l'Université de la Colombie-Britannique et l'Université de Toronto ont reçu des financements via le **Fonds Amazon Alexa** et des crédits de recherche AWS). En 2019, le PDG d'Amazon de l'époque (Jeff Bezos) a personnellement fait un don au Centre pour l'avancement de la science dans l'espace (qui a des liens canadiens pour la recherche en IA). Bien que n'étant pas aussi

profondément académique que les laboratoires d'IA de Google au Canada, par exemple, Amazon a tiré parti des talents canadiens en IA et en apprentissage automatique via ses laboratoires AWS et ses équipes technologiques de centres de traitement des commandes.

- **Soutien aux entreprises technologiques locales** : Amazon souligne souvent que son cloud permet aux startups canadiennes – par exemple, des entreprises comme **Shopify (Ottawa)**, **Hootsuite (Vancouver)** ou **Element AI (Montréal)** ont utilisé AWS. Amazon a également lancé des programmes comme le **Sommet AWS du secteur public à Ottawa** pour engager les professionnels de la technologie gouvernementale, et un emplacement **Edge computing** d'AWS à Toronto pour une livraison de contenu CloudFront plus rapide. Culturellement, l'arrivée d'AWS a rendu les entreprises canadiennes plus à l'aise avec la sécurité du cloud et la résidence des données (surtout une fois que les données sont restées dans le pays). AWS collabore même avec les initiatives et les incubateurs du Supergrappe numérique canadien pour offrir du mentorat et des ressources.

En résumé, l'empreinte technologique et cloud d'Amazon a consolidé le rôle du Canada dans l'économie numérique. Elle étend l'influence d'Amazon au-delà du shopping, jusqu'à la manière dont les organisations canadiennes gèrent leurs opérations informatiques. La présence de deux régions AWS d'ici 2024 (Montréal et Calgary) garantit que les besoins de souveraineté des données canadiennes sont satisfaits (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)), ce qui est essentiel pour les clients gouvernementaux et bancaires. L'aspect de la **souveraineté des données** est à noter : la décision d'Amazon d'ajouter une deuxième région visait en partie à permettre aux clients canadiens une reprise après sinistre robuste à l'intérieur des frontières canadiennes et à respecter la conformité pour les données sensibles (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)). Cela indique la vision stratégique à long terme d'Amazon du Canada comme un marché qui exige une infrastructure technologique de premier ordre.

## Impact culturel et sur le comportement des consommateurs

La croissance d'Amazon a également affecté la culture et le comportement des consommateurs canadiens de manière notable :

- **Normalisation des achats en ligne** : Amazon a été un moteur essentiel dans le passage des Canadiens des achats en magasin aux achats en ligne. Le Canada était autrefois considéré comme étant à la traîne des États-Unis en matière d'adoption du commerce électronique (en raison de facteurs tels que la géographie et un solide réseau de vente au détail physique), mais la commodité d'Amazon a érodé ces barrières. Aujourd'hui, **76 % des Canadiens** (âgés de 18 ans et plus) ont fait des achats sur Amazon, et une grande partie le fait régulièrement, toutes tranches d'âge confondues (Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca))(Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca)). La commodité de la commande en un clic et de la livraison à domicile – en particulier avec l'expédition en deux jours ou plus rapide de Prime – a modifié les attentes. Les consommateurs s'attendent désormais à une livraison rapide, souvent

gratuite, de la part de n'importe quel détaillant, ce qui pousse les concurrents à améliorer leur service. La **consommation impulsive** d'une vaste gamme de produits (des fournitures ménagères courantes aux produits électroniques coûteux) via Amazon est devenue monnaie courante, modifiant fondamentalement la façon dont les Canadiens découvrent et achètent des produits.

- **Langue et localisation** : Dans un pays bilingue, Amazon a dû s'adapter aux nuances culturelles. Amazon.ca prend en charge la navigation et le service client en français, et fournit des informations sur les produits en français pour de nombreux articles, ce qui a favorisé son acceptation au Québec. Cependant, au début, Amazon a parfois été critiqué au Québec pour le manque de contenu français sur le site ou sur l'emballage des produits. Le Québec a des lois linguistiques strictes (Loi 101) exigeant l'étiquetage en français ; Amazon, en tant que détaillant, a dû s'assurer que les produits qu'il vend au Canada étaient conformes. Au fil du temps, Amazon a amélioré son support en français (son site d'actualités *À propos d'Amazon* est publié en anglais et en français, et Alexa a été lancé en *français québécois* pour attirer les consommateurs québécois). Bien qu'étant une entreprise américaine, la marque Amazon au Canada s'est suffisamment localisée pour que de nombreux Québécois deviennent des clients – bien que peut-être dans une moindre mesure que les autres Canadiens. (En effet, le fait que l'essai gratuit de Prime n'ait pas été initialement disponible au Québec (Source: [theverge.com](http://theverge.com)) témoigne de la prudence d'Amazon face à l'environnement réglementaire québécois en matière de promotions.)
- **Autonomisation et choix du consommateur** : Amazon a offert aux consommateurs canadiens un choix sans précédent – littéralement des centaines de millions de produits à portée de main (Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca)). Des articles difficiles à trouver dans les magasins locaux, ou des produits internationaux, sont devenus facilement accessibles. Cette longue traîne de sélection a eu des effets culturels : les passe-temps ou intérêts de niche pouvaient être poursuivis plus facilement grâce aux fournitures nécessaires d'Amazon, et les communautés d'immigrants pouvaient acheter des produits de leur « pays d'origine » via la place de marché d'Amazon. Parallèlement, le **consumérisme** a sans doute augmenté – le système sans friction d'Amazon (en particulier avec des fonctionnalités comme « Acheter maintenant » et les cartes de crédit enregistrées) peut encourager des achats plus fréquents. Des événements comme le **Prime Day d'Amazon** sont également devenus des jours de magasinage au Canada, suscitant l'enthousiasme pour les offres en ligne, à l'instar du Black Friday (Source: [iphoneincanada.ca](http://iphoneincanada.ca)).
- **Accueil culturel et critiques** : L'émergence d'Amazon a suscité des conversations sur la culture et les valeurs locales. Certains Canadiens craignent qu'une forte dépendance à l'égard d'Amazon (un géant technologique étranger) ne porte atteinte aux entreprises de détail canadiennes ou n'entraîne une homogénéisation culturelle (étant donné qu'Amazon a tendance à offrir une expérience d'achat similaire à l'échelle mondiale). Des appels ont été lancés pour soutenir les alternatives de commerce électronique appartenant à des Canadiens, en particulier au Québec où le nationalisme économique peut être fort. D'autre part, Amazon s'est également intégré à la vie canadienne – ses parrainages

d'événements (comme le bureau d'Amazon à Toronto parrainant des rencontres technologiques locales, ou AWS parrainant des hackathons communautaires) et sa visibilité (les colis Amazon arrivant aux portes partout) en ont fait une partie familière de la vie quotidienne. Selon des sondages, les Canadiens ont généralement une **vision favorable de la marque Amazon**, appréciant sa fiabilité et ses prix bas, bien que des préoccupations subsistent concernant le traitement de ses travailleurs et ses pratiques en matière de confidentialité. La pandémie a encore solidifié le rôle culturel d'Amazon : en 2020, avec les confinements en vigueur, de nombreux Canadiens dépendaient d'Amazon pour les produits essentiels, ce qui a probablement renforcé la confiance et la dépendance envers le service.

- **Médias et divertissement** : Grâce à **Prime Video**, Amazon est également devenu un acteur du divertissement canadien. Prime Video rivalise avec Netflix et Disney+ pour capter l'attention des Canadiens. Il investit également dans du contenu ou des tournages canadiens. Par exemple, la branche de production d'Amazon (Amazon Studios) a indiqué avoir dépensé **1,4 milliard de dollars** au Canada en 2021-2022 pour plus de 30 productions cinématographiques et télévisuelles (Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com)). Cela inclut l'emploi d'équipes canadiennes et la mise en valeur de lieux canadiens, contribuant ainsi aux industries culturelles. Des services comme **Amazon Music** et **Audible (livres audio)** servent également les utilisateurs canadiens, étendant l'influence d'Amazon sur la façon dont les Canadiens écoutent de la musique ou des livres.
- **Données consommateurs et habitudes d'achat** : Les algorithmes de personnalisation et de recommandation d'Amazon ont influencé les habitudes d'achat des Canadiens. De nombreuses personnes découvrent désormais des produits via la fonction « Les clients qui ont acheté X ont aussi acheté Y » d'Amazon ou utilisent les avis Amazon comme ressource avant d'acheter quoi que ce soit (même s'ils finissent par acheter en magasin). Cela a fait d'Amazon.ca une sorte de catalogue de référence pour les acheteurs – un changement culturel dans la façon dont les gens recherchent des produits. De plus, la prévalence d'Amazon Prime a établi une attente de base en matière d'**avantages d'adhésion** – d'autres détaillants comme Walmart Canada ont lancé des services d'expédition par abonnement en réponse.

En substance, Amazon s'est tissé dans le tissu de la culture de consommation canadienne, se tenant en équilibre entre l'admiration pour sa commodité et ses économies, et la critique pour son influence démesurée. L'expression « **l'effet Amazon** » est fréquemment utilisée au Canada pour désigner la manière dont chaque secteur doit s'adapter – qu'il s'agisse de librairies organisant davantage d'événements communautaires (pour offrir une expérience qu'Amazon ne peut pas) ou de centres commerciaux intégrant des points de collecte de commerce électronique. Même le système postal canadien a réinventé certains services (par exemple, Postes Canada FlexDelivery permet aux clients de diriger les colis vers un bureau de poste de leur choix (Source: [canadapost-postescanada.ca](https://canadapost-postescanada.ca))) en grande partie en réponse au volume généré par Amazon.

# Chronologie des événements majeurs de l'histoire d'Amazon Canada

- **Juin 2002 : Amazon.ca est lancé** en tant que site web canadien d'Amazon, proposant des livres, de la musique et des DVD en dollars canadiens avec une exécution via Postes Canada (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)). Fait face aux protestations des libraires canadiens mais prend pied (Source: [publishersweekly.com](http://publishersweekly.com)).
- **2003–2007** : Amazon.ca élargit ses catégories de produits (électronique, jouets, etc.) et s'impose comme un site de commerce électronique de premier plan au Canada, bien que sans entrepôts locaux pour l'instant.
- **2011 : Le premier centre de traitement des commandes canadien ouvre** à Mississauga, Ontario – un entrepôt de plus de 700 000 pieds carrés (code « YYZ1 ») – marquant le début des opérations physiques d'Amazon au Canada (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co))(Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)).
- **Janvier 2013 : L'abonnement Amazon Prime** est introduit au Canada, offrant la livraison gratuite en deux jours (initialement 79 \$/an). Au lancement, Prime Video et le prêt Kindle sont exclus (Source: [theverge.com](http://theverge.com)). Le service gagne rapidement en popularité.
- **2015** : Le réseau canadien de traitement des commandes d'Amazon s'étend à plusieurs centres en Ontario et en Colombie-Britannique ; la livraison le jour même est testée à Toronto/Vancouver. Amazon ouvre un bureau d'entreprise à Toronto. La part de marché du commerce électronique canadien pour Amazon est d'environ 25 % et augmente.
- **Décembre 2016** : La **région AWS Canada (Centre) est lancée à Montréal, QC**, fournissant une infrastructure cloud locale (Source: [aboutamazon.ca](http://aboutamazon.ca)). Cet investissement marque le début de la présence majeure d'AWS au Canada.
- **2017** : Amazon acquiert Whole Foods, reprenant 13 magasins au Canada. Amazon annonce également une nouvelle expansion de son centre technologique de Vancouver (1 000 emplois en novembre 2017) (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)). À l'automne, plus de 10 villes canadiennes (Toronto, Vancouver, Calgary, etc.) soumissionnent pour le projet de siège social HQ2 d'Amazon.
- **Avril 2018** : Amazon **étend son centre technologique de Vancouver** – annonce 3 000 nouveaux emplois, avec la présence du Premier ministre Trudeau (Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca))(Source: [pm.gc.ca](http://pm.gc.ca)). L'effectif canadien d'Amazon dépasse les 9 000 employés. Toronto est nommée finaliste pour HQ2 en janvier 2018 mais n'est finalement pas sélectionnée.

- **2019** : La domination d'Amazon dans le commerce de détail s'accroît (environ 35 % de part de marché du commerce électronique). En **novembre 2019**, Amazon Canada **annonce sa première installation au Québec** (centre de tri de Lachine) (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Toujours en 2019, Amazon ouvre un immense centre de traitement des commandes robotisé à Bolton, en Ontario, et étend ses stations de livraison en Ontario et en Colombie-Britannique.
- **Juillet 2020** : **Amazon ouvre au Québec** – le centre de traitement des commandes de Lachine, Montréal, commence ses opérations avec 300 emplois (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Amazon dispose désormais de centres de traitement des commandes dans les quatre plus grandes provinces du Canada. (2020 voit également un boom du commerce électronique dû à la pandémie ; les revenus d'Amazon Canada bondissent, et l'entreprise embauche environ 15 000 travailleurs saisonniers supplémentaires pour répondre à la demande.)
- **Mars 2021** : Une épidémie de COVID-19 force la **fermeture temporaire de l'entrepôt d'Amazon à Brampton, ON**, par les autorités sanitaires, attirant l'attention nationale sur les pratiques de sécurité d'Amazon (Source: [reuters.com](http://reuters.com)). Parallèlement, Amazon annonce 5 nouveaux sites au Québec (dont un centre de traitement des commandes à Coteau-du-Lac) (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)) et une station de livraison à Halifax (sa première installation dans le Canada atlantique).
- **Septembre 2021** : Les **Teamsters déposent une demande de vote syndical à l'entrepôt d'Amazon à Nisku, Alberta**, la première campagne syndicale majeure chez Amazon Canada (Source: [reuters.com](http://reuters.com)). Amazon répond avec une position antisyndicale (Source: [reuters.com](http://reuters.com)). L'effort n'aboutit pas à une certification faute de votes suffisants.
- **Novembre 2021** : Un rapport note que cela fait **10 ans depuis le premier centre de traitement des commandes canadien d'Amazon (2011)** et qu'Amazon compte désormais 17 à 19 centres de traitement des commandes et 35 stations de livraison à travers le Canada (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)) (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). L'empreinte immobilière est d'environ 20 millions de pieds carrés (Source: [thelogic.co](http://thelogic.co)). La part d'Amazon dans le commerce électronique canadien est d'environ 40 %.
- **Décembre 2021** : Amazon annonce son intention de créer une deuxième région AWS au Canada (Calgary). De plus, le rapport d'impact d'Amazon Canada fait état de 25 000 employés à temps plein et 20 000 employés à temps partiel dans le pays (Source: [madeinca.ca](http://madeinca.ca)).
- **Avril 2022** : Amazon ouvre un centre de traitement des commandes à Hamilton, ON, et un centre de tri avancé à Edmonton, AB, poursuivant son expansion. Prime Video investit dans des productions canadiennes (Toronto et Vancouver deviennent des lieux de tournage fréquents pour les productions originales d'Amazon).

- **Avril 2024** : Les **travailleurs d'Amazon à Laval, Québec, se syndiquent**, le premier syndicat d'entrepôt Amazon au Canada (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Cela fait suite à une demande de syndicalisation en avril et à sa certification en mai par le tribunal du Québec (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net))(Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)).
- **Août 2024** : Le tribunal du travail du Québec ordonne à Amazon de retirer les documents antisyndicaux et de cesser toute ingérence (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Les tensions syndicales atteignent leur paroxysme.
- **Janvier 2025** : Amazon **annonce la fermeture de tous ses entrepôts et stations de livraison au Québec**, éliminant environ 1 700 emplois (Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net))(Source: [eng.pressbee.net](http://eng.pressbee.net)). Cela provoque un tollé politique – le gouvernement fédéral menace de réviser les contrats avec Amazon (Source: [globalnews.ca](http://globalnews.ca)). Amazon affirme que cette décision est due à une restructuration des coûts, et non au syndicat.
- **Décembre 2023 – Début 2024** : La **région AWS Canada Ouest (Calgary) ouvre** (20 décembre 2023) (Source: [aws.amazon.com](http://aws.amazon.com)), offrant aux clients AWS une deuxième région canadienne. Amazon Canada publie un rapport d'impact en 2023 indiquant **plus de 40 milliards de dollars investis depuis 2010, 45 000 emplois et 33 milliards de dollars ajoutés au PIB**(Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](http://assets.aboutamazon.com)).
- **2025 et au-delà** : Amazon Canada continue de croître dans certains domaines (des plans pour de nouveaux centres de traitement des commandes en Ontario et en Alberta sont en cours) mais optimise également (réduction dans des régions comme le Québec). L'enquête du Bureau de la concurrence (2025) sur les pratiques de la place de marché d'Amazon est en cours (Source: [canada.ca](http://canada.ca)). Culturellement, l'influence d'Amazon sur le commerce et la technologie canadiens est fermement établie, et son avenir au Canada sera façonné par la manière dont elle équilibrera croissance et attentes réglementaires et sociales.

## Conclusion

Au cours de deux décennies, le parcours d'Amazon au Canada est passé d'une entrée prudente uniquement en ligne en 2002 à un **colosse englobant le commerce de détail, le cloud computing et le divertissement**. Son histoire au Canada et au Québec est caractérisée par une expansion rapide – la construction d'infrastructures logistiques et de pôles technologiques – et par des défis tels que l'examen réglementaire, les conflits de travail et l'adaptation au paysage bilingue et fédéré du Canada. Amazon a indéniablement transformé le comportement des consommateurs canadiens (apportant commodité et vaste sélection), perturbé les industries traditionnelles et est devenu un contributeur significatif à

l'économie (des dizaines de milliers d'emplois et des milliards d'investissements) (Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com)). Pourtant, elle a également suscité des débats sur la concurrence, les droits des travailleurs et la résilience des entreprises locales.

Pour les professionnels et les universitaires qui étudient les opérations d'Amazon au Canada, cette histoire illustre un microcosme de l'impact mondial d'Amazon, filtré à travers les réalités canadiennes : une *entreprise américaine de haute technologie* confrontée aux politiques culturelles canadiennes, un régime de travail généralement plus favorable aux syndicats, et un marché plus petit où elle a néanmoins atteint la domination. L'expérience québécoise – de l'expansion enthousiaste à la formation du premier syndicat nord-américain d'Amazon et au retrait subséquent – est un chapitre dramatique qui pourrait influencer l'approche d'Amazon en matière de travail dans d'autres régions.

À l'avenir, l'influence d'Amazon dans le **secteur de la vente au détail** au Canada incitera probablement les concurrents à une adaptation continue et, potentiellement, à de nouvelles réglementations pour garantir une concurrence équitable. Dans le **domaine du cloud et de la technologie**, l'enracinement croissant d'AWS au Canada renforce l'infrastructure numérique et la capacité d'innovation du pays. Et sur le **plan sociétal**, les Canadiens continueront de jongler avec les commodités offertes par Amazon et les coûts qu'elles impliquent. L'histoire d'Amazon au Canada montre jusqu'à présent une entreprise profondément ancrée dans le tissu économique du pays – une entreprise qui apporte une grande valeur aux consommateurs et aux entreprises, même si elle met à l'épreuve les cadres du travail, de la concurrence et de la culture. L'engagement continu du Canada avec Amazon – par le biais des politiques publiques, du choix des consommateurs et de la défense des droits des travailleurs – façonnera la suite de cette histoire dans les années à venir.

**Sources :** Des articles de presse publique, des rapports gouvernementaux, des communiqués de presse d'Amazon et des analyses sectorielles ont été cités tout au long de ce rapport pour garantir l'exactitude et une perspective complète de l'histoire d'Amazon au Canada et au Québec. Les références clés incluent Publishers Weekly sur le lancement d'Amazon.ca en 2002 (Source: [publishersweekly.com](https://publishersweekly.com))(Source: [publishersweekly.com](https://publishersweekly.com)), l'analyse de The Logic sur la croissance logistique d'Amazon au Canada (Source: [thelogic.co](https://thelogic.co))(Source: [thelogic.co](https://thelogic.co)), la couverture de Reuters et de CBC sur les événements liés au travail (Source: [reuters.com](https://reuters.com))(Source: [eng.pressbee.net](https://eng.pressbee.net)), et les propres rapports d'impact économique d'Amazon (Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com))(Source: [assets.aboutamazon.com](https://assets.aboutamazon.com)), parmi de nombreux autres cités ci-dessus.

---

Étiquettes: amazon, strategie-entree-marche, conformite-reglementaire, loi-investissement-canada, histoire-affaires-canadiennes, e-commerce, politique-culturelle

## À propos de 2727 Coworking

2727 Coworking is a vibrant and thoughtfully designed workspace ideally situated along the picturesque Lachine Canal in Montreal's trendy Griffintown neighborhood. Just steps away from the renowned Atwater Market, members can enjoy scenic canal views and relaxing green-space walks during their breaks.

Accessibility is excellent, boasting an impressive 88 Walk Score, 83 Transit Score, and a perfect 96 Bike Score, making it a "Biker's Paradise". The location is further enhanced by being just 100 meters from the Charlevoix metro station, ensuring a quick, convenient, and weather-proof commute for members and their clients.

The workspace is designed with flexibility and productivity in mind, offering 24/7 secure access—perfect for global teams and night owls. Connectivity is top-tier, with gigabit fibre internet providing fast, low-latency connections ideal for developers, streamers, and virtual meetings. Members can choose from a versatile workspace menu tailored to various budgets, ranging from hot-desks at \$300 to dedicated desks at \$450 and private offices accommodating 1–10 people priced from \$600 to \$3,000+. Day passes are competitively priced at \$40.

2727 Coworking goes beyond standard offerings by including access to a fully-equipped, 9-seat conference room at no additional charge. Privacy needs are met with dedicated phone booths, while ergonomically designed offices featuring floor-to-ceiling windows, natural wood accents, and abundant greenery foster wellness and productivity.

Amenities abound, including a fully-stocked kitchen with unlimited specialty coffee, tea, and filtered water. Cyclists, runners, and fitness enthusiasts benefit from on-site showers and bike racks, encouraging an eco-conscious commute and active lifestyle. The pet-friendly policy warmly welcomes furry companions, adding to the inclusive and vibrant community atmosphere.

Members enjoy additional perks like outdoor terraces and easy access to canal parks, ideal for mindfulness breaks or casual meetings. Dedicated lockers, mailbox services, comprehensive printing and scanning facilities, and a variety of office supplies and AV gear ensure convenience and efficiency. Safety and security are prioritized through barrier-free access, CCTV surveillance, alarm systems, regular disinfection protocols, and after-hours security.

The workspace boasts exceptional customer satisfaction, reflected in its stellar ratings—5.0/5 on Coworker, 4.9/5 on Google, and 4.7/5 on LiquidSpace—alongside glowing testimonials praising its calm environment, immaculate cleanliness, ergonomic furniture, and attentive staff. The bilingual environment further complements Montreal's cosmopolitan business landscape.

Networking is organically encouraged through an open-concept design, regular community events, and informal networking opportunities in shared spaces and a sun-drenched lounge area facing the canal. Additionally, the building hosts a retail café and provides convenient proximity to gourmet eats at Atwater Market and recreational activities such as kayaking along the stunning canal boardwalk.

Flexible month-to-month terms and transparent online booking streamline scalability for growing startups, with suites available for up to 12 desks to accommodate future expansion effortlessly. Recognized as one of Montreal's top coworking spaces, 2727 Coworking enjoys broad visibility across major platforms including Coworker, LiquidSpace, CoworkingCafe, and Office Hub, underscoring its credibility and popularity in the market.



Overall, 2727 Coworking combines convenience, luxury, productivity, community, and flexibility, creating an ideal workspace tailored to modern professionals and innovative teams.

---

## AVERTISSEMENT

Ce document est fourni à titre informatif uniquement. Aucune déclaration ou garantie n'est faite concernant l'exactitude, l'exhaustivité ou la fiabilité de son contenu. Toute utilisation de ces informations est à vos propres risques. 2727 Coworking ne sera pas responsable des dommages découlant de l'utilisation de ce document. Ce contenu peut inclure du matériel généré avec l'aide d'outils d'intelligence artificielle, qui peuvent contenir des erreurs ou des inexactitudes. Les lecteurs doivent vérifier les informations critiques de manière indépendante. Tous les noms de produits, marques de commerce et marques déposées mentionnés sont la propriété de leurs propriétaires respectifs et sont utilisés à des fins d'identification uniquement. L'utilisation de ces noms n'implique pas l'approbation. Ce document ne constitue pas un conseil professionnel ou juridique. Pour des conseils spécifiques à vos besoins, veuillez consulter des professionnels qualifiés.