

Le départ d'Amazon du Québec : Impact économique et opportunités pour les PME

Publié le 4 septembre 2025 35 min de lecture



Fermetures des entrepôts d'Amazon au Québec : Implications et opportunités pour les entreprises locales

Début 2025, le géant du commerce électronique Amazon a annoncé qu'il **fermerait toutes ses opérations d'entreposage et de livraison dans la province de Québec**, une décision aux conséquences de grande portée pour l' [économie régionale](#). Cette décision implique la fermeture de sept installations et le licenciement d'environ 1 700 employés à temps plein d'Amazon (plus environ 250 travailleurs saisonniers) au cours des semaines suivantes (Source: [reuters.com](#))(Source: [reuters.com](#)). Ce rapport examine le contexte et le calendrier du départ d'Amazon du Québec, analyse les implications économiques, logistiques et en matière d'emploi, et explore comment les [petites et moyennes entreprises du Québec](#) peuvent **capitaliser sur les opportunités qui en découlent** dans le commerce

électronique, la logistique, le commerce de détail et le développement de la main-d'œuvre. Il met également en lumière les réponses et les politiques gouvernementales visant à soutenir les entreprises locales à la suite de ces fermetures. L'objectif est de fournir un aperçu complet et bien documenté, ainsi que des recommandations stratégiques pour la communauté des affaires et les décideurs politiques du Québec.

Contexte et calendrier de la décision de fermeture d'Amazon au Québec

Un centre de traitement des commandes d'Amazon au Québec, qui faisait partie des sept installations dont la fermeture était prévue d'ici début 2025.

La [présence d'Amazon au Québec](#) dans le secteur de la logistique s'est intensifiée vers 2020, lorsque l'entreprise a ouvert plusieurs centres de traitement des commandes et de livraison dans la région de Montréal. En 2021, Amazon comptait sept sites opérationnels au Québec (dont un grand centre de traitement des commandes, plusieurs centres de tri et des stations de livraison locales) (Source: [business-humanrights.org](#))(Source: [costar.com](#)). Ces installations ont introduit le réseau de livraison rapide tant vanté d'Amazon au Québec, employant environ 1 500 à 1 700 travailleurs d'ici 2024 (Source: [costar.com](#)). Il est à noter que l'empreinte d'Amazon au Québec a toujours été disproportionnellement plus petite qu'en Ontario – Amazon employait **25 000 travailleurs en Ontario contre seulement environ 1 500 au Québec**, bien que la population de l'Ontario ne soit que d'environ 56 % plus importante (Source: [costar.com](#)). Cela laissait entrevoir une approche prudente d'Amazon au Québec, possiblement en raison des conditions du marché ou d'un [environnement de travail plus favorable aux syndicats dans la province](#).

Le catalyseur du départ d'Amazon est survenu en 2024 lorsque les travailleurs de l'entrepôt DXT4 à Laval (juste au nord de Montréal) ont réussi à se **syndiquer**, devenant ainsi la première et unique main-d'œuvre syndiquée d'Amazon au Canada (Source: [peoplesworld.org](#))(Source: [peoplesworld.org](#)). En mai 2024, environ 300 employés de Laval ont voté pour adhérer au syndicat de la Confédération des syndicats nationaux (CSN), motivés par le mécontentement concernant les bas salaires et les problèmes de santé et de sécurité (Source: [reuters.com](#))(Source: [peoplesworld.org](#)). Ils ont commencé à négocier leur première convention collective fin 2024. En vertu des lois du travail du Québec, si les négociations stagnaient, le gouvernement pourrait éventuellement imposer un arbitrage exécutoire pour forcer un contrat d'ici la mi-2025 (Source: [costar.com](#))(Source: [costar.com](#)). Cela a préparé le terrain pour une confrontation entre Amazon et les syndicats au Québec.

Le **22 janvier 2025**, Amazon a fait une annonce surprise selon laquelle elle **cesserait toutes ses activités au Québec** dans un délai d'environ deux mois (Source: [reuters.com](https://www.reuters.com))(Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). Les fermetures affecteraient sept sites – dont un centre de traitement des commandes, deux centres de tri, trois stations de livraison du dernier kilomètre et une installation pour colis extra-larges – tous situés dans la grande région de Montréal (Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org)). Les employés ont appris la décision brusquement ; beaucoup se sont présentés au travail ce jour-là pour trouver des équipes de presse à l'extérieur et ont été « **pris au dépourvu** » par la nouvelle de la fermeture, selon les témoignages des travailleurs (Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org))(Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org)). Le calendrier de fermeture était rapide : la plupart des sites devaient fermer d'ici février ou mars 2025, immédiatement après la haute saison des fêtes (Source: [costar.com](https://www.costar.com))(Source: [costar.com](https://www.costar.com)).

La direction d'Amazon a **nié que la décision ait été motivée par la syndicalisation** ou des problèmes de travail à l'entrepôt de Laval. Au lieu de cela, l'entreprise l'a présentée comme une décision commerciale stratégique. Dans un communiqué, Amazon a déclaré qu'**après un examen de ses opérations au Québec, elle avait décidé de revenir à un « modèle de livraison par des tiers » soutenu par des petites entreprises locales – externalisant essentiellement les livraisons – comme elle l'avait fait avant 2020**(Source: [reuters.com](https://www.reuters.com))(Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). « *Revenir à un modèle éprouvé de tiers nous permettra d'offrir le même service de qualité tout en réalisant des économies supplémentaires à long terme pour nos clients* », a expliqué Barbara Agrait, porte-parole d'Amazon (Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). En d'autres termes, Amazon a affirmé pouvoir servir les clients québécois de manière plus rentable en utilisant des sous-traitants et des transporteurs externes au lieu d'exploiter ses propres entrepôts et sa propre flotte dans la province.

Cependant, les **groupes syndicaux et les responsables locaux ont immédiatement remis en question les motivations d'Amazon**. Le Québec était « *le seul endroit au Canada avec des employés d'Amazon syndiqués* »(Source: [reuters.com](https://www.reuters.com)), et la campagne de syndicalisation de l'installation de Laval avait été un événement très médiatisé. Le syndicat CSN représentant les travailleurs a dénoncé la fermeture comme une **mesure de représailles**. « *Il ne fait aucun doute que les fermetures annoncées aujourd'hui s'inscrivent dans une campagne antisyndicale contre la CSN et les employés d'Amazon* », a déclaré Caroline Senneville, présidente de la CSN, qualifiant la décision d'Amazon d'« *acte qui viole les dispositions du Code du travail du Québec* »(Source: [reuters.com](https://www.reuters.com))(Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). En vertu de la loi québécoise, les employeurs ne peuvent pas intimider ou pénaliser les travailleurs pour s'être syndiqués, et Mme Senneville a indiqué que le syndicat **contesterait les fermetures devant les tribunaux** comme une tactique antisyndicale illégale (Source: [peoplesworld.org](https://www.peoplesworld.org))(Source: [peoplesworld.org](https://www.peoplesworld.org)). En effet, le **calendrier** était frappant : l'annonce d'Amazon est intervenue juste au moment où les travailleurs syndiqués de Laval étaient sur le point de recevoir la première offre de contrat de l'entreprise après des mois de négociations (Source: [peoplesworld.org](https://www.peoplesworld.org))(Source: [peoplesworld.org](https://www.peoplesworld.org)). Au

lieu de négocier, Amazon a choisi de fermer tous les sites québécois, une décision qui, selon le syndicat, « *n'a aucun sens d'un point de vue commercial ou opérationnel* » si ce n'est pour envoyer un message aux travailleurs pro-syndicaux (Source: peoplesworld.org).

La **réaction du gouvernement** a été rapide et largement critique à l'égard de l'approche d'Amazon. Le ministre fédéral de l'Innovation, François-Philippe Champagne, a déclaré avoir contacté la direction d'Amazon Canada pour exprimer la « *consternation et la frustration* » du gouvernement (Source: reuters.com). « *Ce n'est pas ainsi que les affaires se font au Canada* », a écrit M. Champagne sans détour sur les médias sociaux (Source: reuters.com), suggérant que la fermeture abrupte pour éviter un contrat syndical va à l'encontre des normes commerciales canadiennes. Les politiciens provinciaux et locaux ont fait écho à cette critique. Claude DeBellefeuille, députée québécoise (Salaberry–Suroît), a qualifié le comportement d'Amazon et de Jeff Bezos de « *déplorable* » et a accusé l'entreprise de « *résister clairement à la représentation collective des travailleurs* ». Elle a exhorté les Québécois à **soutenir les fournisseurs et commerçants locaux** en réponse, déclarant « *plus que jamais, j'encourage les gens à augmenter leurs achats auprès des commerçants de notre région et de tout le Québec* » (Source: neomedia.com). Une autre responsable régionale, la députée Marilyne Picard, a noté que le ministre de l'Emploi du Québec avait déjà pris des mesures pour mettre en place un « **comité d'aide au reclassement** » afin d'aider les travailleurs d'Amazon déplacés à trouver de nouveaux emplois (Source: neomedia.com). Ce comité, standard lors de licenciements collectifs en vertu de la loi québécoise, coordonnerait le soutien et la reconversion des employés concernés.

En résumé, en mars 2025, Amazon s'était effectivement **retiré du marché de l'entreposage et de la livraison au Québec**. Le contexte d'une campagne de syndicalisation réussie et de négociations contractuelles imminentes suggère que la fermeture n'était pas une mesure de réduction des coûts de routine, mais une retraite stratégique significative. Avec le départ d'Amazon (du moins en présence physique directe), le paysage logistique du commerce électronique au Québec a été fondamentalement modifié. Les sections suivantes approfondissent les implications de ce développement et les ouvertures qu'il crée pour les entreprises locales.

Implications économiques et logistiques des fermetures

Pertes d'emplois et impact économique : L'impact le plus immédiat du retrait d'Amazon a été la perte de près de **2 000 emplois directs** dans les installations d'Amazon au Québec. Cela inclut environ 1 700 postes permanents à temps plein et environ 250 emplois saisonniers temporaires qui ont été supprimés (Source: reuters.com) (Source: reuters.com). Ces postes allaient des associés d'entrepôt et des trieurs de colis au personnel et aux gestionnaires des stations de livraison. Pour situer le contexte, 1 700 emplois représentent un coup dur pour l'emploi – comparable à la main-d'œuvre d'une grande usine ou à la fermeture de plusieurs grands magasins de détail à la fois. Les licenciements sont concentrés autour de

Montréal (y compris des banlieues comme Laval, Lachine, Longueuil et Coteau-du-Lac), de sorte que le **marché du travail régional** du Grand Montréal doit absorber cet afflux soudain de demandeurs d'emploi. L'économie québécoise début 2025 était déjà confrontée à des vents contraires (avec une hausse du chômage et de l'inflation) (Source: therover.ca)(Source: therover.ca), ce qui rend la transition plus difficile pour ces travailleurs.

De plus, les répercussions s'étendent au-delà de la masse salariale d'Amazon. **Les petites entreprises locales qui faisaient partie du réseau de livraison d'Amazon ont également été durement touchées.** Amazon s'appuyait sur plus de 25 entreprises de livraison indépendantes au Québec – connues sous le nom de Partenaires de Services de Livraison (PSL) – qui **employaient collectivement des milliers de chauffeurs et de personnel pour gérer les livraisons du dernier kilomètre d'Amazon**(Source: therover.ca)(Source: therover.ca). Ces petites entreprises québécoises, dont beaucoup sont dirigées par des entrepreneurs immigrants, employaient chacune de l'ordre de 180 à 200 personnes et travaillaient exclusivement ou principalement pour Amazon (Source: therover.ca). Avec le départ d'Amazon, leurs contrats et leurs sources de revenus ont été mis en péril. Une estimation suggère que **plus de 1 600 licenciements supplémentaires** pourraient survenir au sein des entreprises partenaires de livraison locales d'Amazon (Source: business-humanrights.org) – et The Rover (un média montréalais) a rapporté qu'au total, **plus de 5 000 emplois** dans ces entreprises partenaires sont incertains si Amazon ne leur fournit plus de colis à livrer (Source: therover.ca)(Source: therover.ca). Beaucoup de ces travailleurs sont de nouveaux immigrants qui avaient eu du mal à trouver des emplois stables auparavant; les emplois de livraison pour Amazon offraient un salaire décent (environ 23,40 \$/heure au départ) et des horaires flexibles (Source: therover.ca)(Source: therover.ca). Les fermetures ont donc un **impact social** : des familles se retrouvent soudainement au chômage, et les communautés qui bénéficiaient de ces emplois ressentiront la perte de revenus. Par exemple, dans la petite ville de Coteau-du-Lac (environ 7 500 habitants) qui abritait un grand centre de traitement des commandes d'Amazon, **356 personnes perdent leur emploi** sur ce seul site (Source: costar.com) – un coup dur pour la base d'emploi de la communauté locale. Les autorités locales ont exprimé leur solidarité avec les familles touchées, et bien que la ville ne perde pas de recettes fiscales (les taxes foncières continuent même si l'entrepôt est vide), l'avenir des travailleurs et le signal envoyé aux autres investisseurs suscitent des inquiétudes (Source: neomedia.com)(Source: neomedia.com).

Immobilier industriel et entreposage : Le départ d'Amazon a également des répercussions sur le marché immobilier industriel de Montréal. Les sept installations qu'Amazon libère représentent **environ 2,3 millions de pieds carrés** d'espace d'entrepôt moderne qui avait été construit ou aménagé au début des années 2020 (Source: costar.com). Alors que ces sites arrivent sur le marché pour la sous-location ou de nouveaux locataires, le **taux de vacance industriel dans le Grand Montréal devrait augmenter considérablement**. Une analyse de la firme immobilière commerciale CBRE a révélé que la **disponibilité industrielle locale augmenterait à environ 6,1 %**, une augmentation notable, le retrait d'Amazon représentant une grande partie du nouvel espace vacant (Source: costar.com). L'espace de sous-location

sur le marché des entrepôts de Montréal atteindra un niveau record (environ 4 millions de pieds carrés) en raison d'Amazon seulement (Source: costar.com). En termes pratiques, cette *vague d'entrepôts vacants* pourrait **assouplir le marché locatif** – soulageant une certaine pression dans un secteur qui avait été assez tendu pendant le boom du commerce électronique. D'autres entreprises ont maintenant une occasion rare de louer des installations de distribution de haute qualité dans des emplacements de choix autour de Montréal, suite au départ d'Amazon. Par exemple, le centre de traitement des commandes massif d'Amazon de 475 000 pieds carrés à Coteau-du-Lac (ouvert en 2021) et son centre de distribution de plus de 300 000 pieds carrés à Lachine recherchent maintenant de nouveaux occupants (Source: costar.com)(Source: costar.com). Les observateurs immobiliers s'attendent à un « *impact majeur sur le marché de la vacance industrielle de la région de Montréal* » suite à ce développement (Source: costar.com). Bien que les propriétaires devront trouver de nouveaux locataires, l'espace excédentaire pourrait permettre aux entreprises québécoises en croissance ou aux nouveaux entrants d'étendre leurs opérations logistiques à des loyers plus abordables qu'auparavant.

Il est important de noter qu'Amazon **ne possède pas ces entrepôts québécois**; l'entreprise les louait et a déclaré qu'elle collaborerait avec les propriétaires immobiliers au fur et à mesure de la cessation de ses activités (Source: costar.com). Cela signifie que les **installations pourraient être réaffectées ou relouées relativement rapidement**, plutôt que de rester inactives indéfiniment. Cependant, la taille même de certains bâtiments (des centaines de milliers de pieds carrés conçus pour les processus d'Amazon) signifie qu'il pourrait être difficile de trouver des locataires uniques de taille similaire. Nous pourrions voir des espaces divisés pour plusieurs locataires ou utilisés à des fins différentes. *La capacité d'entreposage et de traitement des commandes qui était dédiée à Amazon est maintenant « à prendre »* au Québec – potentiellement une aubaine pour d'autres détaillants, fournisseurs de logistique, ou même des coopératives de distribution locales qui ne pouvaient auparavant pas trouver ou se permettre un tel espace.

Ajustements logistiques et de la chaîne d'approvisionnement : Les fermetures nécessitent également une réorganisation de la manière dont les colis parviennent aux clients québécois. Amazon a clairement indiqué qu'elle **n'abandonne pas le marché québécois** – les Québécois peuvent toujours commander sur le site web d'Amazon – mais elle modifie fondamentalement la **chaîne d'approvisionnement et la méthode de livraison** desservant le Québec. Sans centres de traitement des commandes ni stations de livraison dans la province, Amazon reviendra à l'expédition des commandes au Québec via des transporteurs et partenaires tiers. « *Nous utilisons des transporteurs tiers au Québec depuis de nombreuses années,* » a noté Amazon, et revenir à ce modèle « *nous permettra d'offrir le même excellent service... tout en réalisant des économies* »(Source: neomedia.com). En pratique, cela signifie probablement que l'inventaire des commandes québécoises sera stocké dans les installations d'Amazon en Ontario ou ailleurs, et les **transporteurs de colis nationaux** (comme Postes Canada, UPS, FedEx) ou les coursiers régionaux prendront en charge une plus grande partie de la livraison de ces colis aux adresses québécoises. Les transferts de **livraison du dernier kilomètre** pourraient passer aux facteurs

de Postes Canada ou à des entreprises de livraison indépendantes au lieu des propres chauffeurs d'Amazon. Cela pourrait entraîner des délais de transit légèrement plus longs pour certaines commandes – par exemple, les articles pourraient être expédiés de Toronto ou des États-Unis vers le Québec plutôt que de Montréal – transformant potentiellement ce qui était une livraison le jour même ou le lendemain en une livraison en 2 jours dans certains cas. Cependant, Amazon insiste sur le fait que l'expérience client restera largement inchangée. L'entreprise s'appuie probablement sur son vaste réseau et ses « **relations de longue date avec des tiers à travers la province** » pour maintenir la couverture (Source: [costar.com](https://www.costar.com)).

Un partenaire connu susceptible d'en bénéficier est **Intelcom**, une entreprise de logistique basée à Montréal qui livre depuis longtemps des colis pour Amazon au Canada. Amazon a confirmé qu'Intelcom « *devrait prendre en charge une partie des livraisons* » auparavant gérées par le réseau interne d'Amazon (Source: [costar.com](https://www.costar.com)). En fait, **Intelcom a activement étendu sa capacité en prévision de ce changement** – des rapports récents ont noté qu'Intelcom a loué une grande installation de 475 000 pieds carrés à Montréal (arrondissement Saint-Laurent) en janvier 2025 (Source: [costar.com](https://www.costar.com)), et un autre site à Laval, pour gérer l'augmentation des volumes de colis. Intelcom exploite des dizaines de petits centres de livraison à travers le Canada (dont 22 stations au Québec) et peut s'adapter pour absorber le volume d'Amazon (Source: [costar.com](https://www.costar.com))(Source: [costar.com](https://www.costar.com)). Pour Amazon, l'utilisation d'Intelcom et de partenaires similaires revient essentiellement à externaliser le traitement des commandes et la logistique du dernier kilomètre qu'elle effectuait elle-même entre 2020 et 2024. Ce **retour à l'externalisation** inverse la stratégie d'Amazon de l'ère pandémique d'intégration verticale de son réseau de livraison au Québec. Cela transfère le fardeau (et le coût) de l'embauche de chauffeurs, du tri des colis et de l'entretien des véhicules aux entreprises locales.

Du point de vue de la **dynamique de la chaîne d'approvisionnement**, le Québec est maintenant quelque peu unique : c'est un grand marché de consommation qu'Amazon desservira entièrement sans ses propres entrepôts. (Il est à noter qu'Amazon desservait déjà certaines provinces plus petites comme Terre-Neuve uniquement via des expéditions par des tiers (Source: [peoplesworld.org](https://www.peoplesworld.org)), mais la population du Québec est beaucoup plus importante.) Cela pourrait entraîner davantage de **transport routier longue distance** vers le Québec, les marchandises circulant des centres de distribution de l'Ontario vers les points de livraison québécois. Cela pourrait également signifier **moins de fourgonnettes de marque Amazon** dans les rues du Québec et plus de camions de transporteurs comme Purolator ou Intelcom. Bien que les clients ne remarquent pas de différence spectaculaire au moment de payer, il pourrait y avoir des changements subtils – par exemple, moins d'options de livraison le jour même, ou les commandes Prime d'Amazon s'appuyant sur Postes Canada qui livre aux boîtes aux lettres communautaires plutôt qu'à la porte dans certaines régions. Avec le temps, si les niveaux de service d'Amazon aux clients québécois diminuent par rapport à d'autres régions, cela pourrait créer un vide concurrentiel que d'autres pourraient combler (par exemple, Walmart ou Costco étendant le traitement des commandes de commerce électronique au Québec pour promettre une livraison locale plus rapide).

Implications sociales et juridiques : Le retrait d'Amazon a également des implications juridiques et politiques concernant les droits du travail. Le syndicat représentant les travailleurs de l'entrepôt de Laval a déposé des plaintes, arguant que la fermeture constitue des **représailles antisyndicales illégales** en vertu de la loi québécoise (Source: peoplesworld.org). Le Code du travail du Québec (articles 12 à 15) interdit aux employeurs d'exercer des représailles contre les travailleurs pour l'exercice du droit de se syndiquer (Source: peoplesworld.org). La CSN presse le gouvernement provincial d'intervenir; comme l'a dit Senneville (président de la CSN), « *la multinationale [Amazon] préfère quitter le Québec plutôt que de remplir son obligation de négocier.. C'est tout à fait inacceptable* »(Source: neomedia.com). La fédération syndicale a lancé une **campagne publique de boycott d'Amazon** au Québec, exhortant les consommateurs à acheter ailleurs en solidarité avec les travailleurs (Source: costar.com). Pendant ce temps, près de 70 investisseurs internationaux (gérant 2 000 milliards de dollars d'actifs) auraient écrit à Amazon pour exprimer de sérieuses préoccupations concernant les fermetures au Québec et leur conformité avec les engagements sociaux affichés par Amazon (Source: business-humanrights.org) (Source: business-humanrights.org). Ces développements soulignent un *risque de réputation* pour Amazon et pourraient entraîner des **réponses politiques gouvernementales**. Par exemple, certains analystes politiques ont suggéré que les gouvernements devraient utiliser les outils d'approvisionnement et de réglementation pour **pénaliser le bris de syndicat** – par exemple, annuler les contrats publics ou les subventions aux entreprises qui se comportent de cette manière (Source: x.com). Bien qu'aucune mesure punitive de ce type n'ait été décidée au moment de ce rapport, la situation a certainement mis en lumière les pratiques de travail d'Amazon. Cela soulève également la question de savoir si d'autres grands employeurs pourraient se détourner du Québec en raison de ses protections du travail plus solides (ou, inversement, s'ils verront le départ d'Amazon comme une opportunité d'intervenir et de faire les choses « correctement »).

En résumé, les **retombées économiques** des fermetures d'Amazon au Québec sont importantes : des milliers d'emplois perdus ou menacés, des millions de pieds carrés d'espace d'entrepôt libérés, et un changement dans la chaîne d'approvisionnement logistique. Cependant, au sein de ces défis se trouvent des *opportunités potentielles* pour les entreprises locales – qu'il s'agisse de combler le vide logistique laissé ou d'embaucher des travailleurs expérimentés désormais disponibles. Les sections suivantes exploreront ces opportunités en détail.

Opportunités pour les petites et moyennes entreprises québécoises

Malgré la perturbation causée par le départ d'Amazon, la situation crée des **ouvertures pour les petites et moyennes entreprises (PME) du Québec** afin qu'elles puissent intervenir et capter de la valeur. Les principaux domaines d'opportunité comprennent le commerce électronique et le commerce de détail

locaux, les services de livraison et de logistique, l'utilisation des entrepôts et de l'immobilier, et l'acquisition de main-d'œuvre. Avec une stratégie proactive, les entreprises québécoises peuvent non seulement combler les lacunes laissées par Amazon, mais potentiellement prospérer sur un marché local moins dominé par Amazon.

Commerce électronique et de détail local

Une opportunité immédiate est pour les **plateformes de commerce électronique et les détaillants locaux d'attirer des clients qui, autrement, se tourneraient par défaut vers Amazon**. La controverse entourant le départ d'Amazon – largement perçue au Québec comme un affront aux travailleurs et à la province – a généré un sentiment favorable envers le « *consommer local* ». Les politiciens et les leaders communautaires encouragent explicitement les consommateurs à **soutenir les entreprises locales** plutôt qu'Amazon. Comme mentionné, la députée Claude DeBellefeuille a exhorté les Québécois à « *augmenter leurs achats auprès des commerçants du [Québec]* » à la lumière du comportement d'Amazon (Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). Les petites entreprises devraient tirer parti de ce sentiment dans leur marketing et leur image de marque. Par exemple, un détaillant en ligne québécois peut mettre l'accent sur la livraison locale rapide, les pratiques de travail éthiques et le fait que « *votre achat soutient les emplois locaux* ». Il pourrait y avoir une opportunité de relations publiques pour une campagne similaire à « *Fait au Québec* » ou « *Le Panier Bleu* » (l'initiative du Panier Bleu) mettant en lumière des alternatives québécoises à Amazon.

En fait, le **gouvernement du Québec a déjà investi dans une infrastructure de commerce électronique locale** qui pourrait être renforcée à ce stade. En 2020, le Québec a lancé *Le Panier Bleu*, une plateforme visant à présenter les produits fabriqués au Québec comme une **alternative à Amazon et aux autres détaillants électroniques mondiaux** (Source: [hardlines.ca](https://www.hardlines.ca)). Initialement un répertoire, l'objectif était de le faire évoluer vers une place de marché transactionnelle. Bien que l'adoption ait été modeste jusqu'à présent (seulement 14 % des Québécois l'avaient utilisé en 2022), des sondages ont indiqué que beaucoup plus de personnes achèteraient sur une plateforme locale si elle offrait une commodité similaire à celle d'Amazon (Source: [hardlines.ca](https://www.hardlines.ca)). Le retrait d'Amazon donne une impulsion pour revigorer de telles initiatives. Les **entrepreneurs locaux** pourraient s'associer au gouvernement pour améliorer *Le Panier Bleu* ou créer de nouvelles places de marché axées sur les vendeurs québécois et la livraison rapide à l'échelle de la province. Essentiellement, combler le **vide du commerce électronique** signifie s'assurer que les consommateurs québécois peuvent trouver des options locales pour les produits et le service rapide qu'ils désirent. Les PME qui se numérisent et offrent des catalogues en ligne robustes, une commande facile et une livraison fiable peuvent capter des clients qui pourraient reconsidérer leur fidélité à Amazon.

Les détaillants physiques au Québec peuvent également en bénéficier si les délais de livraison d'Amazon s'allongent ou si certains clients boycottent Amazon. **Les magasins locaux peuvent mettre en avant la disponibilité immédiate** (pas d'attente pour l'expédition) et le service client en personne, potentiellement récupérant les ventes d'articles qui avaient migré vers l'achat en ligne. De plus, les détaillants peuvent collaborer – par exemple, un réseau de librairies indépendantes ou de magasins d'électronique pourrait offrir un service de **livraison le jour même à Montréal** en commun, imitant la rapidité d'Amazon mais avec un charme local. La clé est que le commerce de détail local mette l'accent sur les atouts que le modèle d'Amazon ne peut égaler lorsqu'il opère depuis l'extérieur de la province : connexion personnelle, connaissance locale et soutien communautaire.

Services de logistique et de livraison du dernier kilomètre

Avec le retrait d'Amazon, il y a une **demande accrue pour les services de logistique tiers (3PL) et de livraison** au Québec. Amazon elle-même sous-traitera désormais toutes les livraisons dans la province, ce qui signifie des **contrats à saisir**. Les entreprises de livraison locales – y compris celles qui étaient des DSP d'Amazon – peuvent concourir pour devenir des sous-traitants pour les expéditions d'Amazon (par exemple, gérer la livraison du « dernier kilomètre » d'un point de tri aux clients). Amazon a confirmé qu'elle revenait à un modèle de « *s'appuyer sur les petites entreprises locales* » pour la livraison (Source: [reuters.com](https://www.reuters.com)), c'est donc une excellente occasion pour les entreprises de messagerie basées au Québec de démarrer ou de se développer. Par exemple, l'**expansion agressive d'Intelcom** (location de nouvelles installations et, vraisemblablement, embauche de personnel supplémentaire) suggère que des acteurs locaux agiles peuvent absorber les activités qu'Amazon cède (Source: [costar.com](https://www.costar.com))(Source: [costar.com](https://www.costar.com)). D'autres entreprises de livraison pourraient suivre le mouvement. Les entrepreneurs québécois pourraient envisager de créer de nouvelles startups ou consortiums de livraison pour servir non seulement Amazon (s'ils obtiennent un contrat), mais aussi d'autres détaillants à la recherche de solutions de livraison locales.

De même, les **fournisseurs de services logistiques tiers** peuvent combler le vide en matière d'entreposage et d'exécution des commandes. Les petites entreprises 3PL au Québec pourraient offrir leurs services pour gérer le stockage et l'expédition pour les entreprises de commerce électronique qui souhaitent une présence au Québec sans investir dans leur propre entrepôt. En l'absence de l'exécution des commandes d'Amazon dans la province, il y a une opportunité pour un 3PL local de se positionner comme un **centre de traitement des commandes québécois** pour les marchands – peut-être même pour les vendeurs de place de marché qui utilisaient l'exécution des commandes d'Amazon (FBA) et qui souhaitent maintenant une alternative plus proche des clients québécois. Ces entreprises de logistique peuvent embaucher d'anciens gestionnaires et ingénieurs d'Amazon pour acquérir un savoir-faire en matière d'opérations de traitement des commandes à grand volume.

Il est également possible que **d'autres grands détaillants ou plateformes prennent le relais**. Par exemple, Walmart Canada ou Canadian Tire pourraient étendre leur logistique de commerce électronique au Québec pour capter les clients déçus par Amazon. S'ils le font, ils auront besoin de partenaires de livraison locaux, de services de camionnage et de soutien à la distribution – des rôles que les PME québécoises peuvent jouer. De plus, la **livraison participative** et les plateformes de travail à la tâche pourraient connaître une utilisation accrue ; les startups locales pourraient développer des applications pour connecter les chauffeurs aux livraisons pour les entreprises locales (en tirant parti de la main-d'œuvre désormais disponible d'anciens chauffeurs d'Amazon).

En résumé, le passage d'Amazon à la livraison par des tiers est essentiellement un **transfert d'opportunités** vers le secteur logistique local. Les PME qui peuvent offrir une livraison fiable, des opérations évolutives et une intégration avec les clients du commerce électronique trouveront un marché prêt. Le gouvernement du Québec, pour sa part, pourrait aider en simplifiant les réglementations pour les entreprises de livraison ou en offrant des subventions/prêts aux startups logistiques qui embauchent d'anciens employés d'Amazon – garantissant que la capacité qu'Amazon a retirée soit reconstruite par des entreprises locales.

Entreposage et gestion des stocks

La fermeture des installations d'Amazon libère de **l'espace d'entrepôt moderne et de l'équipement** qui pourraient être réaffectés par d'autres. Les petites et moyennes entreprises au Québec qui avaient auparavant du mal à trouver de l'espace de distribution pourraient maintenant avoir des options. Par exemple, un détaillant ou un fabricant québécois en croissance peut envisager de s'installer dans l'un des sites nouvellement vacants (ou de sous-louer une partie de l'un d'eux) pour établir son **propre centre de distribution**. L'avantage est que ces entrepôts sont déjà équipés de quais de chargement, de systèmes de convoyeurs et sont proches des grandes autoroutes – une infrastructure logistique clé en main sans avoir besoin de construire à partir de zéro.

Les promoteurs immobiliers locaux et les associations d'affaires devraient se coordonner pour **commercialiser ces installations auprès des entreprises nationales**. Bien qu'un bâtiment de 400 000 pieds carrés puisse être trop grand pour une seule PME, il pourrait être divisé entre plusieurs locataires ou transformé en un centre de traitement des commandes multi-utilisateurs. Le gouvernement du Québec pourrait également envisager de **convertir un ancien site d'Amazon en un pôle logistique public** où les petites entreprises pourraient louer de l'espace de stockage et de traitement des commandes à des conditions flexibles. Ce type de modèle coopératif réduirait les obstacles pour les PME à bénéficier de capacités logistiques de classe mondiale. Étant donné que le départ d'Amazon fera passer le taux de vacance industrielle à environ 6,1 % à Montréal (contre des niveaux très bas auparavant) (Source: costar.com), les loyers pourraient devenir plus raisonnables. C'est maintenant un marché de locataires, les PME devraient donc négocier des baux favorables.

Une autre opportunité est pour les entreprises locales d'acquérir l'**équipement et la technologie d'entrepôt** qu'Amazon laisse derrière elle. Souvent, lorsque de telles installations ferment, des éléments comme les systèmes de rayonnage, les chariots élévateurs et les machines de tri peuvent être achetés d'occasion à prix réduits. Une petite entreprise pourrait améliorer ses opérations d'entrepôt en acquérant ces actifs. De plus, le savoir-faire en matière de gestion d'entrepôts à haute efficacité (possédé par d'anciens gestionnaires et ingénieurs d'Amazon désormais disponibles sur le marché du travail québécois) peut être appliqué par d'autres entreprises pour moderniser leur logistique.

Dans l'ensemble, le paysage de l'entreposage au Québec post-Amazon est plus ouvert. La présence d'une **capacité excédentaire** signifie que les entreprises peuvent étendre leurs stocks dans la province (réduisant leurs propres coûts d'expédition et délais de livraison au Québec), ce qui est particulièrement utile pour toute entreprise qui souhaite garantir un service rapide aux clients québécois, maintenant que le service Prime en un jour d'Amazon pourrait être moins omniprésent. Par exemple, un détaillant de meubles ou de vêtements basé au Québec pourrait conserver un entrepôt à Montréal pour exécuter rapidement les commandes locales, en faisant valoir cela comme un argument de vente par rapport aux concurrents expédiant depuis Toronto ou les États-Unis.

Main-d'œuvre et acquisition de talents

L'un des atouts les plus précieux désormais disponibles pour les entreprises québécoises est peut-être le bassin de **travailleurs expérimentés en logistique et en commerce électronique** libérés par Amazon. Les plus de 1 700 employés d'Amazon qui ont perdu leur emploi comprennent non seulement des associés d'entrepôt de niveau débutant, mais aussi des **techniciens qualifiés, des gestionnaires d'opérations, des coordinateurs logistiques, du personnel des RH et des spécialistes en TI** qui ont maintenu la chaîne d'approvisionnement complexe d'Amazon en activité au Québec. Ces personnes ont une expérience directe des systèmes d'inventaire de pointe, de la robotique d'entrepôt, de la planification des itinéraires de livraison et de la gestion des commandes à grand volume. Les petites entreprises ont rarement accès à de tels talents, mais maintenant, beaucoup de ces travailleurs recherchent de nouvelles opportunités.

L'**embauche d'anciens employés d'Amazon** peut donner un coup de pouce significatif aux PME locales. Ils peuvent apporter une expertise en optimisation des processus, en normes de sécurité et en logistique axée sur le client, ce qui peut améliorer l'efficacité et le professionnalisme d'une plus petite opération. Par exemple, une PME qui embauche un superviseur formé par Amazon pourrait mettre en œuvre de meilleures configurations de flux de travail ou des métriques basées sur les données qui augmentent la productivité. Certains anciens employés d'Amazon pourraient également être entrepreneurs et pourraient rejoindre des startups ou même démarrer leurs propres entreprises (avec des indemnités de départ et une nouvelle motivation pour créer un type de lieu de travail différent). Les propriétaires d'entreprises locales devraient envisager de contacter le comité de reclassement du gouvernement ou les salons de

l'emploi spécifiquement organisés pour les anciens d'Amazon. Le gouvernement du Québec et Amazon ont mis en place des « **avantages transitoires tels que des ressources d'aide au placement** » pour les employés concernés (Source: [reuters.com](https://www.reuters.com)). Cela signifie que les entreprises peuvent se coordonner avec ces programmes (et éventuellement obtenir des subventions pour la formation de nouvelles recrues).

Il y a aussi une opportunité de **perfectionner et d'intégrer ces travailleurs dans d'autres secteurs**. Par exemple, le secteur technologique ou l'industrie manufacturière en croissance au Québec pourraient recruter d'anciens employés d'Amazon en TI et en maintenance. Et surtout, de nombreux chauffeurs-livreurs et employés d'entrepôt étaient des immigrants et bilingues (anglais/français) ; ils représentent une main-d'œuvre précieuse qui pourrait aider les entreprises à étendre leurs services dans les deux langues ou à naviguer dans des bases de clients multiculturelles.

De plus, pour les petites entreprises qui ont été confrontées à des pénuries de main-d'œuvre (un problème courant dans l'industrie de la logistique et du commerce de détail), cette disponibilité soudaine de **2 000 travailleurs motivés** est une lueur d'espoir. Avec un soutien adéquat, ces employés peuvent être rapidement absorbés dans de nouveaux rôles. La mise en place par le gouvernement provincial d'un **comité d'aide au reclassement** aidera en faisant correspondre les travailleurs aux offres d'emploi et en fournissant toute formation nécessaire (Source: [neomedia.com](https://www.neomedia.com)). Les entreprises devraient s'assurer de puiser dans ce bassin – par exemple, en listant les offres d'emploi auprès du comité ou en participant à des ateliers pour les travailleurs concernés.

Enfin, du point de vue du travail, les PME pourraient également tirer des leçons des erreurs d'Amazon : offrir des salaires équitables, écouter les préoccupations des travailleurs et peut-être être plus ouvertes aux syndicats ou aux comités de travailleurs pourrait en fait devenir un avantage concurrentiel pour attirer et retenir ces travailleurs. Si les anciens employés d'Amazon se sentent valorisés et écoutés dans leurs nouveaux emplois (contrairement à leur expérience précédente), cela peut conduire à une plus grande loyauté et performance, bénéficiant aux employeurs qui **privilégient les bonnes pratiques en milieu de travail**.

Politiques et initiatives gouvernementales de soutien aux entreprises locales

Le gouvernement du Québec et les autorités locales ont réagi par des mesures visant à **atténuer les retombées** et à renforcer les entreprises locales suite au départ d'Amazon. Comprendre ces politiques peut aider les PME à tirer parti du soutien disponible :

- **Réponse rapide pour les travailleurs** : Comme mentionné, le ministère provincial de l'Emploi (Ministère de l'Emploi) a rapidement mis sur pied un *Comité d'aide au reclassement* pour les employés d'Amazon licenciés (Source: neomedia.com). Ce comité, qui comprend généralement des conseillers gouvernementaux et parfois des représentants d'entreprises et de syndicats, aide les travailleurs dans leur recherche d'emploi, les ateliers de rédaction de CV et les met en contact avec des employeurs recruteurs. Il sert efficacement de canal pour les entreprises locales afin d'embaucher parmi le bassin de talents d'Amazon. De plus, l'indemnité de départ d'Amazon (jusqu'à 14 semaines de salaire) offre aux travailleurs un petit coussin financier (Source: reuters.com), ce qui, combiné à l'assurance-emploi du Québec, signifie qu'ils peuvent suivre une formation de courte durée si nécessaire. **Les PME devraient se coordonner avec ce comité** ou les Centres locaux d'emploi pour trouver des candidats appropriés et même se renseigner sur les subventions salariales – le Québec offre souvent aux employeurs des subventions ou des crédits d'impôt pour l'embauche de travailleurs déplacés par des licenciements massifs.
- **Encouragement des programmes « Achetez local »** : Le gouvernement du Québec a l'habitude de promouvoir l'achat local pour renforcer les entreprises d'ici. Par exemple, l'**initiative Panier Bleu**, lancée en 2020, est un effort de grande envergure pour orienter les consommateurs vers les produits et détaillants québécois (Source: hardlines.ca). Suite aux fermetures d'Amazon, les fonctionnaires ont une incitation supplémentaire à promouvoir ces programmes. Les municipalités régionales se sont également jointes à l'effort ; en mars 2025, une MRC québécoise (MRC de Beauharnois-Salaberry) a annoncé des investissements continus dans un programme d'**achat local** appelé *Proximité*, offrant formation et soutien aux entreprises locales pour accroître leur visibilité et leurs capacités de commerce électronique (Source: neomedia.com). De telles initiatives comprennent souvent des campagnes de marketing, des plateformes en ligne répertoriant les entreprises locales, et parfois une aide financière pour la transformation numérique (par exemple, aider un petit commerce à créer une boutique en ligne). **Les PME locales devraient profiter de ces programmes** – en s'inscrivant pour être présentées sur Panier Bleu ou des répertoires similaires, en participant à des formations sur le commerce électronique parrainées par le gouvernement, et en utilisant toutes les subventions disponibles pour l'adoption de technologies. L'environnement politique général au Québec est maintenant orienté vers l'aide aux entreprises locales pour combler le vide laissé par les multinationales étrangères.
- **Attirer de nouveaux investissements** : Le gouvernement provincial travaille également probablement en coulisses pour **attirer d'autres entreprises à occuper le vide** (et les entrepôts) laissés par Amazon. Le ministère de l'Économie et de l'Innovation du Québec, ainsi que Montréal International (l'agence de promotion des investissements), sont connus pour offrir des incitatifs tels que des allègements fiscaux, des rabais sur l'électricité ou des fonds de formation aux entreprises qui établissent des pôles logistiques ou créent des emplois au Québec. Cela pourrait signifier que des **concurrents ou de nouveaux entrants** pourraient être incités à utiliser les anciens sites

d'Amazon – par exemple, un autre grand détaillant, ou une entreprise de livraison de colis qui étend ses opérations. En cas de succès, de telles mesures pourraient stabiliser le marché du travail local et la chaîne d'approvisionnement. Par exemple, si un grand 3PL mondial décide d'établir un centre de distribution à Montréal, il pourrait absorber une partie de la main-d'œuvre et maintenir une expédition rapide pour de nombreux produits au Québec. Les petites entreprises devraient surveiller ces développements, car un nouvel acteur important pourrait devenir un **partenaire potentiel** ou un client (par exemple, un 3PL pourrait sous-traiter à des entreprises de camionnage locales, ou un nouveau détaillant pourrait rechercher des fournisseurs locaux).

- **Actions syndicales et légales :** En matière de politique du travail, le gouvernement du Québec a été mis en position d'appliquer ses lois du travail et éventuellement de les renforcer. Le fait qu'Amazon soit partie juste au moment où l'arbitrage aurait pu être imposé pourrait mener à des discussions à l'Assemblée nationale sur la nécessité de s'assurer que les multinationales ne peuvent pas échapper à leurs responsabilités en matière de négociation collective. Bien qu'il s'agisse davantage d'une question de politique macroéconomique, **une position pro-travail peut aider les PME à long terme** en égalisant les règles du jeu. Les petites entreprises qui traitent bien leurs travailleurs pourraient se retrouver avec un désavantage de coût moindre si des géants comme Amazon sont soumis à des normes similaires. De plus, le soutien gouvernemental aux syndicats ou aux comités d'entreprise peut faciliter des relations de travail plus coopératives dans d'autres milieux de travail, améliorant potentiellement la productivité et réduisant les conflits.
- **Marchés publics et contrats :** Un autre levier dont dispose le gouvernement est celui des marchés publics. Les gouvernements fédéral et provincial sont d'importants acheteurs de services de messagerie, de services infonuagiques, etc. S'ils répondent aux appels des groupes de travailleurs pour pénaliser Amazon, ils pourraient décider d'éviter d'attribuer certains contrats à Amazon (par exemple, en orientant les contrats d'infonuagique vers d'autres fournisseurs, ou en ne s'associant pas à Amazon pour des initiatives). Inversement, ils pourraient accorder la préférence aux entreprises qui investissent au Québec. Pour les entreprises locales, cela pourrait se traduire par **davantage d'opportunités de soumissionner pour des contrats gouvernementaux** de livraison, de services informatiques ou d'approvisionnement au détail, à mesure que la présence d'Amazon diminue.
- **Financement pour le développement communautaire et économique :** Les régions directement touchées (comme Coteau-du-Lac, Lachine, Laval) pourraient recevoir des fonds spéciaux de développement économique ou des programmes d'ajustement. Cela peut inclure de l'argent pour aider une ville à attirer de nouveaux employeurs vers une installation vide, ou des fonds pour aider les petites entreprises de la région à se développer. Par exemple, si un entrepreneur local propose d'ouvrir un centre de distribution plus petit qui pourrait employer des dizaines d'anciens travailleurs d'Amazon, le gouvernement pourrait fournir une garantie de prêt ou une aide à l'acquisition de site. Il

est utile de surveiller les annonces d'organismes comme Investissement Québec ou Développement économique Canada (DEC) pour les régions du Québec, car ils pourraient lancer des **initiatives spécifiques pour revitaliser les zones touchées par les fermetures**.

En résumé, la réponse politique jusqu'à présent s'est concentrée sur l'amortissement du choc pour les travailleurs et la promotion d'un **virage vers l'entreprise locale**. La position du gouvernement – de la condamnation d'Amazon par le ministre aux mesures concrètes comme le comité de reclassement et les campagnes d'achat local – indique un fort soutien pour tirer le meilleur parti de cette situation. Les petites entreprises et les entrepreneurs devraient aligner leurs stratégies sur ces mesures de soutien : s'engager dans les programmes de formation et d'embauche, tirer parti de l'élan du sentiment d'achat local, et éventuellement influencer la politique en exprimant leurs besoins (par exemple, en demandant un soutien supplémentaire ou en soulignant les obstacles bureaucratiques qui pourraient être supprimés pour les aider à croître).

Recommandations stratégiques pour les petites entreprises et les entrepreneurs du Québec

À la lumière de l'analyse ci-dessus, les petites et moyennes entreprises du Québec peuvent adopter plusieurs stratégies pour naviguer et capitaliser sur l'environnement post-Amazon. Voici les principales recommandations :

- **Adoptez le mouvement « Achetez local »** : Promouvez activement vos produits ou services comme des *offres québécoises locales*. Tirez parti du sentiment public actuel qui favorise les entreprises locales par rapport aux géants mondiaux. Par exemple, mettez en avant les origines québécoises, utilisez des logos fleurdelisés ou des badges « Fabriqué au Québec », et mentionnez si votre entreprise embauche localement (en particulier d'anciens employés d'Amazon). Comme l'a conseillé un député québécois, les consommateurs cherchent à **soutenir les fournisseurs locaux** maintenant (Source: neomedia.com) – allez à leur rencontre en rendant votre entreprise très visible dans les répertoires locaux (Panier Bleu, etc.) et sur les médias sociaux avec des campagnes de marketing localisées. Envisagez d'offrir des offres spéciales ou des programmes de fidélité aux clients du Québec pour renforcer leur décision de passer d'Amazon à vous.
- **Collaborer et bâtir des alliances locales** : Les petites entreprises ne devraient pas agir seules. Formez des coalitions ou des réseaux avec d'autres entreprises locales pour **mettre en commun les ressources** et améliorer la compétitivité. Par exemple, un groupe de détaillants québécois peut créer une plateforme de commerce électronique ou une application mobile partagée qui regroupe leurs produits, offrant aux clients une expérience d'achat locale unique. En partageant une flotte de livraison ou un entrepôt, vous pouvez réaliser des économies d'échelle similaires à celles d'Amazon

(bien qu'à une échelle plus petite). Les associations industrielles et les chambres de commerce peuvent faciliter ces partenariats. Un « marché québécois » unifié pourrait attirer plus d'utilisateurs que de nombreux petits sites web isolés. Inspirez-vous de modèles comme les coopératives agricoles ou le Panier Bleu mentionné précédemment – puis allez plus loin en ajoutant de véritables options d'achat en ligne et de livraison rapide.

- **Améliorer vos capacités de commerce électronique et de traitement des commandes** : Si ce n'est pas déjà fait, investissez dans le **renforcement de vos ventes en ligne et de votre logistique de livraison**. Amazon a placé la barre très haut en matière d'attentes des clients (expédition rapide, suivi en temps réel, retours faciles). Pour capter les clients d'Amazon désenchantés, essayez de reproduire certaines de ces commodités. Cela pourrait signifier utiliser une partie de votre budget (ou des subventions gouvernementales pour l'adoption numérique) pour améliorer votre site web, implémenter un système de gestion des stocks ou vous intégrer à des applications de livraison tierces. En outre, envisagez d'entreposer stratégiquement vos stocks plus près de votre clientèle québécoise. Avec l'espace d'entrepôt plus disponible maintenant (Source: costar.com), vous pourriez négocier un petit espace à Montréal pour stocker vos articles à rotation rapide, vous permettant d'offrir la livraison le jour même ou le lendemain dans la région. La **rapidité et la fiabilité de la livraison** aideront à convaincre les consommateurs que l'achat local peut égaler l'expérience d'Amazon Prime.
- **Tirer parti des talents disponibles – Embaucher d'anciens employés d'Amazon** : Faites un effort concerté pour **recruter d'anciens employés d'Amazon** dans votre équipe. Ces personnes sont déjà formées aux opérations d'entrepôt efficaces, au service client et aux normes de performance élevées. Les intégrer peut immédiatement améliorer vos processus commerciaux. Par exemple, un ancien responsable logistique d'Amazon pourrait réorganiser votre entrepôt pour une meilleure productivité, ou un ancien chauffeur d'Amazon pourrait aider à optimiser les itinéraires de livraison de vos produits. Pour trouver ces candidats, participez aux comités de reclassification ou aux salons de l'emploi, et faites savoir que vous valorisez les compétences des employés d'Amazon. Vous pourriez également collaborer avec d'autres petites entreprises pour organiser une « journée de l'emploi » spécifiquement pour les anciens employés d'Amazon, présentant plusieurs opportunités d'emploi à la fois. Non seulement vous gagnez du personnel qualifié, mais vous gagnez également la bienveillance de la communauté en aidant à réemployer les travailleurs touchés.
- **Offrir des environnements de travail compétitifs et équitables** : Pour vraiment bénéficier de l'afflux de talents et peut-être attirer des clients par votre réputation, **différenciez-vous d'Amazon dans la façon dont vous traitez vos employés**. Assurez des salaires compétitifs (rappelez-vous que le salaire de départ d'Amazon était d'environ 23 \$/heure pour de nombreux emplois de livraison (Source: therover.ca) – utilisez cela comme référence pour les rôles qualifiés) et offrez des avantages sociaux décentes si possible. Plus important encore, favorisez une culture de travail participative : écoutez les commentaires des employés, envisagez de former un comité d'employés

ou d'autoriser la syndicalisation sans résistance. Si votre entreprise est réputée pour être favorable aux travailleurs, cela peut devenir une partie de votre marque – attirant les consommateurs qui sont conscients des problèmes de travail perçus chez Amazon. Des employés heureux se traduisent souvent par un meilleur service client et une meilleure productivité, ce qui contribuera à vos résultats à long terme.

- **Pivoter et innover si vous étiez un sous-traitant d'Amazon** : Pour les entreprises qui dépendaient directement d'Amazon (par exemple, les entreprises de livraison DSP), il est crucial de pivoter rapidement. **Diversifiez votre clientèle** – recherchez des contrats de livraison avec d'autres entreprises de commerce électronique, ou même avec le gouvernement et le secteur de la santé (il y a une demande croissante pour les services de messagerie locaux pour l'épicerie, les produits pharmaceutiques, etc.). Utilisez votre expérience de gestion des volumes d'Amazon comme argument de vente. Vous pourriez également réorienter votre modèle d'affaires : par exemple, si vous avez une flotte de fourgonnettes, envisagez de lancer un service de livraison le jour même auquel les détaillants locaux peuvent s'abonner. Compte tenu de l'exemple d'Intelcom (absorbant le volume d'Amazon) (Source: costar.com), vous pourriez constater qu'Amazon elle-même vous embauchera désormais comme sous-traitant. Maintenez un dialogue avec Amazon pour faire partie de leur réseau tiers (si ce n'est pas déjà fait), mais **soyez prudent quant à la dépendance excessive à l'égard d'une seule plateforme** à l'avenir. C'est le moment d'innover – certains anciens DSP d'Amazon pourraient fusionner ou former des coopératives pour atteindre l'échelle nécessaire pour servir plusieurs clients.
- **Utiliser les soutiens et incitatifs gouvernementaux** : Tenez-vous informé et utilisez activement **toute aide gouvernementale** disponible. S'il existe des subventions pour l'adoption numérique, postulez-y pour améliorer votre technologie. Si les fonds de développement économique locaux offrent des prêts ou des crédits d'impôt pour l'expansion dans un entrepôt vacant ou l'embauche d'un certain nombre de travailleurs, profitez-en. Par exemple, Investissement Québec pourrait avoir un financement spécial pour les projets qui créent des emplois dans les zones touchées par la fermeture d'Amazon – proposez une expansion ou une nouvelle entreprise qui correspond à ces critères. Participez également aux sessions de formation parrainées par le gouvernement pour perfectionner votre personnel (beaucoup sont gratuites ou subventionnées). En alignant vos plans de croissance sur les priorités gouvernementales (comme la création d'emplois locaux, la croissance de l'économie numérique, etc.), vous pouvez souvent obtenir un soutien financier ou promotionnel qui réduit les risques et les coûts pour votre entreprise.
- **Mettre l'accent sur l'expérience client et la confiance** : De nombreux clients d'Amazon appréciaient la plateforme pour sa vaste sélection, ses prix bas et sa commodité. Bien qu'une petite entreprise ne puisse pas facilement offrir des millions de produits ou des prix d'appel, vous pouvez rivaliser sur **l'expérience et la confiance**. Mettez l'accent sur la qualité plutôt que sur la quantité dans votre gamme de produits. Offrez un service client personnalisé – ce qui manque souvent à

Amazon. Par exemple, ayez du personnel réel disponible pour répondre rapidement aux questions en ligne ou par téléphone. Mettez en œuvre des politiques de retour généreuses et simples pour imiter la facilité de retour d'Amazon. Bâissez la confiance en étant transparent sur vos opérations et vos valeurs (par exemple, si vous payez des salaires équitables ou vous approvisionnez localement, faites-le savoir aux clients). Au fil du temps, une clientèle fidèle préférera acheter auprès d'une entreprise locale connue et de confiance, plutôt que d'un marché anonyme – surtout si la fiabilité est comparable. Les consommateurs québécois pourraient être particulièrement réceptifs aux entreprises qui reflètent les valeurs et la culture québécoises, alors incorporez du contenu en français et des références culturelles locales dans votre image de marque pour renforcer le lien.

- **Surveiller et réagir aux changements du marché** : Enfin, restez agile. La situation est encore en évolution – la stratégie d'Amazon pourrait changer à nouveau (par exemple, si leur modèle de sous-traitance rencontre des problèmes, ils pourraient s'associer à un détaillant canadien ou même revenir sous une forme ou une autre à l'avenir). De plus, les concurrents réagiront – peut-être que d'autres grands détaillants investiront davantage au Québec maintenant. **Surveillez de près l'actualité de l'industrie** et soyez prêt à vous adapter. Si une nouvelle opportunité se présente (par exemple, un grand détaillant recherche des partenaires de distribution au Québec, ou le gouvernement lance une nouvelle plateforme de commerce local), soyez prêt à vous lancer. En termes de stratégie, examinez régulièrement l'avancement de vos plans « post-Amazon », recueillez les commentaires des clients s'ils mentionnent des problèmes ou des préférences de livraison, et ajustez vos opérations. Être une petite entreprise peut être un avantage ici – vous pouvez expérimenter et vous adapter plus rapidement qu'un géant comme Amazon. Utilisez cette agilité pour vous tailler une niche durable dans le paysage du marché transformé.

En mettant en œuvre ces stratégies, les petites entreprises québécoises peuvent non seulement résister au choc du retrait d'Amazon, mais aussi en faire un **tremplin pour la croissance**. L'absence d'un acteur dominant crée un espace pour l'innovation et la fierté locale afin de façonner le marché. Avec le soutien de la communauté et du gouvernement, le chapitre post-Amazon pour le Québec pourrait voir une résurgence d'entreprises locales plus résilientes et socialement ancrées.

Conclusion

La décision d'Amazon de fermer tous ses entrepôts au Québec en 2025 a été un bouleversement qui a secoué l'économie et la main-d'œuvre de la province. Le contexte de cette fermeture – survenant après une campagne de syndicalisation réussie – a fait de cette décision plus qu'une simple réorganisation commerciale ; elle est devenue un point de discorde sur les droits des travailleurs et le rôle des entreprises mondiales dans les communautés locales. Sur le plan économique, les impacts à court terme sont indéniablement difficiles : des milliers de pertes d'emplois et la perturbation d'une chaîne d'approvisionnement dont dépendaient de nombreux Québécois et entreprises. Pourtant, comme ce

rapport l'a détaillé, la **crise peut engendrer des opportunités**. Les petites et moyennes entreprises du Québec, soutenues par des initiatives gouvernementales proactives, ont la chance de combler le vide laissé par Amazon avec des solutions locales.

Les implications s'étendent à plusieurs domaines. **Sur le plan logistique**, le Québec favorise désormais un écosystème de livraison plus diversifié, avec des coursiers locaux comme Intelcom qui se développent et d'autres entreprises invitées à émerger. **Sur le plan économique**, la vacance industrielle accrue et la main-d'œuvre disponible peuvent être exploitées par les entreprises nationales pour se développer à moindre coût. **Sur les plans social et politique**, l'accent est de nouveau mis sur les pratiques de travail équitables et l'achat local, ce qui correspond bien aux forces des PME qui sont ancrées dans leurs communautés.

À l'avenir, le succès dépendra de l'efficacité avec laquelle les entreprises et les décideurs politiques québécois pourront collaborer pour capitaliser sur ces dynamiques. Les principales recommandations incluent le renforcement des capacités de commerce électronique, les alliances entre entreprises locales, l'exploitation du bassin de travailleurs qualifiés et l'utilisation du soutien gouvernemental en matière de formation et de technologie. Si elles sont bien exécutées, ces étapes peuvent conduire à une économie régionale plus résiliente – une économie moins dépendante d'un seul acteur multinational et davantage bâtie sur un réseau de champions locaux. Comme l'exemple du Québec le montre, le départ d'un géant comme Amazon, bien que perturbateur, **n'a pas à laisser un vide**. Au lieu de cela, il peut créer un espace pour un écosystème florissant d'entreprises québécoises qui apportent innovation, agilité et valeur communautaire d'une manière qu'une grande entreprise ne pourrait peut-être pas.

En résumé, les fermetures d'entrepôts d'Amazon au Québec marquent la fin d'un chapitre, mais elles signalent également le début d'un nouveau – où le récit est écrit par les entrepreneurs, les travailleurs et les dirigeants québécois qui transforment collectivement une situation difficile en un catalyseur de **relance économique locale et de croissance durable**.

Sources :

- Reuters – « *Amazon quitte ses opérations au Québec, va supprimer environ 1 700 emplois ; Ottawa mécontent* »(Source: [reuters.com](https://www.reuters.com))(Source: [reuters.com](https://www.reuters.com))
- CTV News – « *Amazon ferme tous ses entrepôts au Québec, licencie plus de 1 700 travailleurs* » (Rachel Lau, 22 janv. 2025) (Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org))(Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org))
- Centre de ressources sur les entreprises et les droits de l'homme – *Résumé des fermetures d'Amazon au Québec* (2025) (Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org))(Source: [business-humanrights.org](https://www.business-humanrights.org))

- The Rover – « *Les fermetures d'entrepôts d'Amazon au Québec apportent l'incertitude pour plus de 5 000 travailleurs* » (Eiad Herera, 6 févr. 2025) (Source: therover.ca)(Source: therover.ca)
- CoStar News – « *Les fermetures d'entrepôts d'Amazon vont frapper le marché industriel du Québec* » (Kristian Gravenor, 6 févr. 2025) (Source: costar.com)(Source: costar.com)
- People's World – « *1 700 emplois perdus : Amazon ferme ses opérations au Québec après la syndicalisation de l'entrepôt de Montréal* » (23 janv. 2025) (Source: peoplesworld.org)(Source: peoplesworld.org)
- Néomedia (Vaudreuil-Soulanges) – *Actualités locales sur la fermeture d'Amazon et les réactions* (22-23 janv. 2025) (Source: neomedia.com)(Source: neomedia.com)
- **Références supplémentaires** : Des déclarations de dirigeants syndicaux de la CSN (Source: reuters.com), des commentaires de responsables québécois (Source: neomedia.com) et des citations de porte-parole d'Amazon dans diverses sources d'information (Source: reuters.com) (Source: neomedia.com) ont été inclus pour assurer une perspective équilibrée sur les événements.

Étiquettes: e-commerce, logistique, gestion-chaine-approvisionnement, economie-regionale, marche-travail, quebec, strategie-pme

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.