



LAISSONS ENTRER LES CHIENS

Let Dogs In · letdogs.in

Le Québec a ouvert ses terrasses. Finissons le travail à l'intérieur.

Publié par La Société Roch
RSPP-01-QC · Version 2.0 · juin 2026

Sommaire

Au Québec, on peut promener son chien sur le trottoir, l'emmener à la boutique, passer avec lui au centre commercial, monter dans le métro et, depuis 2025, s'attabler à ses côtés sur la terrasse extérieure du restaurant. Mais à l'intérieur de la microbrasserie du quartier, une salle sans cuisine qui sert de la bière en fût et vend des sachets de croustilles, le même chien reste sur le trottoir. Pas à cause d'un risque mesuré. À cause d'un règlement de salubrité pensé pour les cuisines commerciales et appliqué, par défaut, à des salles qui n'en ont aucune.

Le Québec a déjà franchi le premier pas, et il l'a fait à sa façon. En 2025, à la suite du projet de loi 85, l'Assemblée nationale a adopté la loi qui ouvre les terrasses aux chiens, en vigueur depuis juin, au terme d'une campagne menée par l'industrie de la restauration elle-même. Le Québec a montré la voie, et il lui reste un pas à faire, à l'intérieur. Ce mémoire propose de finir le travail là où il reste à faire, dans les établissements qui ne préparent aucun aliment sur place.

L'argument repose sur quatre constats. Premièrement, la loi plie déjà là où il n'y a pas de cuisine. Le Québec a ouvert ses terrasses. Ailleurs au pays, l'Ontario a même codifié une exemption à l'intérieur pour les chiens dans les lieux à faible risque qui ne préparent pas d'aliments, la Colombie-Britannique l'a accordée à la discrétion de ses agents, et une brasserie de Calgary accueille les chiens à l'intérieur sans incident depuis près de dix ans. Le principe est établi partout où on l'a mis à l'épreuve. Ce qui manque au Québec, ce n'est pas un précédent, c'est la dernière étape : l'intérieur.

Deuxièmement, la demande est vaste, mesurée et bien réelle. Quelque 62 % des propriétaires de chiens au Canada disent que la difficulté de trouver des lieux accueillants pour les chiens les a empêchés de sortir, et 57 % affirment qu'ils sortiraient plus souvent si ces lieux étaient plus faciles à trouver. Ce sont des résultats de sondages indépendants, menés selon les normes professionnelles de la recherche, et non des estimations.

Troisièmement, les risques sont réels mais gérés au quotidien. Les poils, la responsabilité en cas de morsure et l'hygiène sont encadrés en toute sécurité chaque jour dans les commerces, dans le métro et sur les terrasses. Une norme d'exploitation claire, que La Société Roch a déjà rédigée, répond à chacune de ces préoccupations. Quatrièmement, la réforme ne demande rien au trésor public. La Société Roch fournit une norme de sécurité d'application volontaire, le Code d'accès canin (Dog Friendly Barcode), et certifie gratuitement les établissements conformes, ce qui offre au gouvernement un cadre cohérent et prêt à approuver.

Nous formulons une seule demande, à la mesure de ce que le cadre québécois exige déjà : permettre la présence de chiens de compagnie à l'intérieur des établissements titulaires d'un permis d'alcool qui ne préparent aucun aliment sur place. Au Québec, la responsabilité réglementaire relève du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) : un projet-pilote en vertu de la Loi sur les produits alimentaires, puis une modification permanente du règlement. La dernière section de ce mémoire expose précisément comment cela se gagne, ici comme ailleurs au pays, et qui en porte la responsabilité dans chaque cas.

LE PROBLÈME

Une interdiction générale qui ignore le risque

Au Canada, la réglementation des établissements alimentaires est de compétence provinciale, mais le schéma est national. Chaque province part du même endroit : les animaux vivants sont interdits dans les pièces où l'on manipule des aliments, avec d'étroites exceptions pour les animaux d'assistance certifiés et les espèces aquatiques en bassin scellé. La règle existe pour une raison légitime. Dans une cuisine commerciale qui manipule viande crue, volaille, produits laitiers et plats préparés à risque élevé, un animal près des surfaces de contact alimentaire représente une véritable voie de contamination croisée, et le règlement s'attaque de front à cette voie.

Le problème est un problème d'application. La règle a été écrite pour des cuisines. On l'applique par catégorie d'établissement, et non par niveau de risque. Le salon de dégustation d'une microbrasserie est classé « établissement alimentaire » parce qu'il sert une boisson, même s'il n'exploite aucune cuisine, n'emploie aucun cuisinier et ne vend que des grignotines préemballées en usine, livrées en caisses par un distributeur. Selon l'interprétation actuelle, ce salon de dégustation se trouve dans la même catégorie réglementaire qu'un restaurant à buffet ou un comptoir de sushis crus. La logique de contamination qui justifie d'exclure les animaux de l'un n'a strictement aucun rapport avec l'autre.

Le résultat est une interdiction qui n'est ni proportionnée au risque ni appliquée de façon cohérente. D'un bout à l'autre du pays, des exploitants d'établissements identiques reçoivent des consignes contradictoires d'inspecteurs différents dans la même ville. Certains salons de dégustation sans cuisine accueillent des chiens depuis des années sans incident. D'autres se sont fait ordonner de les retirer, sur la foi du même règlement, appliqué autrement. La confusion n'est pas la faute des inspecteurs, qui travaillent à partir de règles qui n'ont jamais été conçues pour cette situation. C'est une lacune du cadre réglementaire lui-même.

62 % des propriétaires de chiens au Canada disent que la difficulté de trouver des lieux accueillants les a empêchés de sortir.

Ce n'est pas une doléance marginale. On estimait à 7,2 millions le nombre de chiens au Canada en 2024. Les animaux de compagnie vivent dans plus de la moitié des ménages canadiens. Ce ne sont pas des consommateurs marginaux. C'est le grand public qui sort, et son pouvoir d'achat, son temps passé sur place, ses habitudes sociales et sa fidélité sont écartés par règlement d'un secteur qui en a cruellement besoin.

La réforme proposée ici est ciblée, pas générale. Elle demande qu'on reconnaisse qu'un établissement sans cuisine et sans préparation d'aliments présente un risque d'une nature catégoriquement différente de celui d'un établissement qui en a une. Elle ne demande pas de faire entrer les chiens dans les restaurants. Elle demande à la loi de voir la différence évidente entre une cuisine en activité et une salle qui ne fait que servir de la bière.

LA RÉALITÉ JURIDIQUE

L'exception existe déjà

Le meilleur argument en faveur de la réforme, c'est qu'il ne s'agit pas d'une réforme. La distinction entre les établissements qui préparent des aliments et ceux qui n'en préparent pas est déjà reconnue dans le droit canadien et déjà appliquée dans les faits. Aucun principe nouveau n'a à être créé. Ce qu'il faut, c'est de la clarté, de la cohérence, et la volonté de laisser la loi fonctionner telle qu'elle est écrite.

Le Québec : le premier pas est déjà fait, sur les terrasses

Le Québec a ouvert ses terrasses aux chiens en 2025, par la loi issue du projet de loi 85, en vigueur depuis juin, au terme d'une mobilisation soutenue menée par l'industrie de la restauration elle-même. Le consentement de l'exploitant est requis, et le changement vise l'extérieur. C'est un point capital : cette loi concerne les terrasses, à l'air libre, des restaurants. Il ne s'agissait jamais de chiens dans une cuisine, ni à l'intérieur.

L'expérience est concluante, et elle est québécoise. Selon un sondage de l'Association Restauration Québec mené après la première saison, environ 65 % des restaurants ayant répondu ont permis les chiens sur leur terrasse. De ce nombre, 90 % ont jugé l'expérience positive et près des trois quarts n'ont signalé aucun problème. L'ARQ a d'ailleurs créé une signalisation que les restaurateurs peuvent afficher en vitrine. Le Québec dispose donc de sa propre preuve : chiens et clientèle cohabitent sans heurt sur les terrasses d'établissements titulaires d'un permis d'alcool, à la satisfaction des exploitants.

Reste l'intérieur. L'accès à l'intérieur demeure soumis à d'éventuels projets-pilotes ministériels, et le mécanisme pour un tel projet, le pouvoir discrétionnaire de projet-pilote prévu à la Loi sur les produits alimentaires, existe déjà. Le pouvoir réglementaire appartient ici au MAPAQ. Le Québec n'a pas à inventer quoi que ce soit ni à copier qui que ce soit : il a ouvert une porte que le reste du pays franchit maintenant, et il lui reste à terminer le travail, à l'intérieur, dans les salles sans cuisine.

L'Ontario : codifié en 2019, en vigueur depuis 2020

L'Ontario a modifié son règlement sur les établissements alimentaires, O. Reg. 493/17, en 2019, le changement entrant en vigueur en janvier 2020. L'article 14(1) maintient l'interdiction générale, mais l'article 14(2) crée une exception explicite, à l'intérieur, pour les chiens de compagnie. L'exception s'applique lorsque les seuls aliments préparés sur l'ensemble du lieu sont à faible risque, et lorsque la salle où se trouvent les chiens ne sert que des aliments à faible risque ou préemballés, prêts à consommer, sans aucune préparation sur place.

Un salon de dégustation sans cuisine, qui tire des fûts scellés et vend des grignotines emballées en usine, satisfait aux deux conditions. Plusieurs salons de dégustation de l'Ontario fonctionnent déjà sous ce régime, dans un grand marché urbain, jour après jour. La difficulté là-bas n'est ni le droit ni la sécurité : c'est la méconnaissance de la règle et l'inégalité de son application. Beaucoup

d'exploitants ignorent l'existence de l'exemption, et beaucoup d'inspecteurs ne l'appliquent pas uniformément. Pour le Québec, l'Ontario n'est pas un modèle à imiter : c'est la démonstration, à grande échelle et sans incident, que la chose se fait à l'intérieur sans danger.

La Colombie-Britannique : la discrétion déjà exercée

Le règlement de la Colombie-Britannique, B.C. Reg. 210/99, emprunte une autre voie mais arrive à une destination semblable. Son article 25(2)(c) permet à un agent de santé d'autoriser tout animal dont il juge qu'il ne posera pas de risque sanitaire. Cette clause discrétionnaire a déjà été exercée pour un salon de dégustation : Unleashed Brewing Co., à Kelowna, a fonctionné comme un salon de dégustation accueillant les chiens à l'intérieur, et Interior Health a confirmé en février 2023 que les chiens pouvaient y rester, à certaines conditions. Le mécanisme est déjà dans la loi. Il a déjà servi. Ce qui manque, c'est un cadre normalisé et reproductible, exactement ce que le Code d'accès canin propose à la section six.

L'Alberta : une décennie de preuve dans une grande ville canadienne

Le règlement de l'Alberta, AR 31/2006, interdit les animaux vivants dans une aire alimentaire, mais un établissement qui ne prépare aucun aliment et ne détient pas de permis de restauration ne déclenche pas la pleine force de cette interdiction de la même manière qu'un restaurant. La Cold Garden Beverage Company, une brasserie du quartier Inglewood à Calgary, accueille des chiens à l'intérieur de son salon de dégustation depuis près de dix ans sur cette base : aucune préparation d'aliments sur place, grignotines emballées seulement, protocoles de propreté clairs et politique de comportement ferme. Le modèle a fonctionné sans incident pendant des années. Sa seule interruption, en 2017, est survenue quand des clients ont commencé à apporter de la nourriture de l'extérieur, ce qui a changé le classement de l'établissement. La ligne de partage, la préparation d'aliments sur place, est précisément celle que ce mémoire désigne. Quand elle est maintenue, le modèle tient.

LA DEMANDE

Des millions de personnes, qui dépensent déjà, retenues

L'argumentaire politique repose sur des données, pas sur des sentiments. Les chiffres canadiens sur la demande des propriétaires de chiens pour des lieux accueillants sont solides, tirés de sondages administrés par des professionnels et des analyses de plateformes de réservation. Ils dressent un argument clair : la demande est grande, elle est déjà en partie comblée par des établissements qui bougent plus vite que la réglementation, et l'écart entre ce que veulent les propriétaires de chiens et ce que les règles permettent est une suppression mesurable d'activité économique.

7,2 M

Chiens dans les foyers canadiens

62 %

Peinent à trouver des lieux accueillants

57 %

Sortiraient plus souvent

La base de propriétaires est énorme. Le Canada comptait environ 7,2 millions de chiens en 2024, selon le sondage bisannuel de l'Institut canadien de la santé animale, mené par Léger. Les animaux sont présents dans plus de la moitié des ménages canadiens. Le secteur des animaux de compagnie était évalué entre 12,4 et 14,3 milliards de dollars canadiens en 2023, en croissance d'environ quatre à cinq pour cent par an. Le ménage canadien avec animaux a dépensé en moyenne 752 \$ en frais liés aux animaux en 2023, selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada.

L'habitude de sortir et de socialiser est déjà bien ancrée. Environ 36 % des propriétaires de chiens au Canada sortent au restaurant avec leur chien, et 46 % de ceux-là le font chaque semaine, selon un sondage de mai 2024 mené auprès de 1 000 propriétaires de chiens canadiens pour le compte d'OpenTable. Ce ne sont pas des sorties d'exception. Elles sont routinières.

Les règles actuelles répriment activement cette demande. Ce seuil de 62 %, tiré de la même recherche commandée par OpenTable, est le chiffre le plus important de ce mémoire. Plus de six propriétaires de chiens sur dix sont prêts à dépenser pour sortir, et le manque de lieux accueillants les en empêche. Ce n'est pas une question de culture ou de goût, mais une conséquence directe et mesurable des choix réglementaires par défaut.

La demande latente est encore plus grande que le comportement actuel ne le laisse voir. Dans un sondage mené en 2026 auprès de 1 502 Canadiens par Ripple Research pour OpenTable, réalisé selon les normes de la Market Research Society et d'ESOMAR, 57 % des propriétaires de chiens ont dit qu'ils sortiraient au restaurant avec leur chien plus souvent si les options accueillantes étaient plus faciles à trouver. Le marché est contraint, pas saturé.

Les établissements qui accueillent les chiens surpassent déjà les autres. Les données de réservation d'OpenTable pour la période de mars 2025 à février 2026 montrent une hausse de 34 % sur un an de la fréquentation des restaurants accueillants pour les chiens au Canada, et une hausse de 39 % du nombre de ces restaurants sur la plateforme. Ces chiffres reflètent ce qui se passe sur les terrasses et dans les établissements qui ont déjà bougé. Ils annoncent ce que pourrait devenir le marché de l'intérieur si la barrière réglementaire tombait.

La clientèle qui porte cette demande est la plus précieuse de l'hôtellerie-restauration. La possession d'un animal se concentre chez les 25 à 64 ans. Selon le sondage national de Pets Canada et NielsenIQ, 53 % des Canadiens de 25 à 34 ans ont un animal, tout comme 53 % des 35 à 44 ans et 58 % des 45 à 54 ans. La recherche 2026 de Rover au Canada révèle que 89 % des propriétaires d'animaux jugent leur animal essentiel à leur épanouissement personnel, et que les milléniaux sont près de deux fois plus susceptibles que les autres générations de retarder ou de renoncer à avoir des enfants au profit d'un animal. Le ménage à deux revenus, sans enfant, avec un chien, n'est pas une niche. C'est le profil dominant de la classe professionnelle urbaine que les salons de dégustation sont faits pour servir.

53 à
58 %

Ont un animal, de 25 à 64 ans

89 %

Disent qu'un animal est essentiel

2 fois

Plus enclins à retarder les
enfants

L'ÉCONOMIE

Durée de visite, fidélité et hausse des ventes

L'argumentaire économique est simple, bien étayé, et n'exige d'accepter aucune projection spéculative. Il repose sur trois mécanismes documentés : la durée de la visite, la fidélité et l'ambiance sociale. Chacun a des conséquences commerciales mesurables.

20 %

Plus longtemps à la table en terrasse

98 %

Des pubs voient leurs affaires s'améliorer

82 %

Rapportent plus d'échanges sociaux

La durée de la visite est le premier moteur. Dans la restauration, le revenu est en grande partie fonction du temps passé à table. Un client à l'aise reste plus longtemps. Un client qui a laissé son chien seul à la maison ne reste pas plus longtemps. Les données canadiennes captent déjà cette relation : les clients en terrasse au Canada, la catégorie la plus susceptible d'inclure des lieux accueillants pour les chiens, ont passé en moyenne 127 minutes à table sur l'année, soit environ 20 % de plus que la durée moyenne. Ce supplément de 20 % se traduit directement par des consommations de plus et une addition plus élevée.

Les données britanniques de la Kennel Club, en 2017, apportent la confirmation au niveau des exploitants : 98 % des pubs accueillants pour les chiens ont déclaré que leurs affaires s'étaient améliorées depuis qu'ils acceptaient les chiens, 79 % attribuaient aux chiens une meilleure ambiance, et 82 % constataient plus d'échanges entre les clients.

La fidélité est le deuxième mécanisme, et le plus durable. Le propriétaire de chien qui trouve un lieu où son animal est véritablement bienvenu ne cherche plus ailleurs. Il revient. La certitude vaut plus pour lui que la nouveauté. La recherche menée par La Société Roch sur la performance des hôtels accueillants pour les chiens révèle des taux de retour nettement plus élevés dans les établissements véritablement accueillants que dans ceux qui n'offrent qu'un accès superficiel ou conditionnel. C'est une fidélité que le secteur dépense des fortunes à essayer de fabriquer, et qu'une politique d'accueil des chiens crée comme effet naturel.

Le troisième mécanisme est l'ambiance sociale. Les chiens sont des catalyseurs sociaux. Un salon de dégustation où des chiens sont au sol n'est pas le même environnement qu'une salle sans eux : les conversations s'amorcent, les inconnus se parlent, l'ambiance se réchauffe. Ce ne sont pas des avantages accessoires. C'est pourquoi 82 % des gérants de pubs britanniques ont rapporté plus d'échanges sociaux, et pourquoi les lieux qui accueillent les chiens se bâtissent une réputation d'ancrage communautaire.

Pour le secteur brassicole artisanal, ces dynamiques sont particulièrement importantes. Le Canada comptait plus de 1 200 brasseries en 2025, et le secteur croît encore de plus de cinq pour cent par

an. Le Québec, terre de microbrasseries s'il en est, en tire une part considérable. Ces salons de dégustation se disputent intensément une clientèle locale, dans les mêmes rues, souvent dans les mêmes quartiers. La capacité d'offrir un environnement véritablement accueillant pour les chiens est un avantage qu'on ne peut reproduire en changeant une recette de bière. C'est un avantage concurrentiel durable et sans coût, que la réglementation actuelle retient sans aucune raison proportionnée au risque.

1 200+

Brasseries artisanales au Canada

340

En Ontario, contre moins de 100
en 2010

5 %+

Croissance annuelle du secteur

LA SÉCURITÉ

Chaque préoccupation trouve sa réponse

Ce mémoire ne balaie pas les préoccupations soulevées contre la présence de chiens à l'intérieur des établissements titulaires d'un permis d'alcool. La salubrité des aliments, l'exposition aux allergènes, la responsabilité en cas de morsure et la sécurité des employés sont des intérêts réglementaires légitimes. L'argument ici n'est pas que ces préoccupations sont imaginaires. C'est qu'elles sont déjà gérées, de façon constante et sécuritaire, partout où l'accès à l'intérieur a été permis, et que le cadre d'exploitation pour les gérer est bien établi.

Le point de départ est le bilan des endroits qui l'ont déjà permis. Le Québec a ouvert ses terrasses en 2025, l'Ontario accueille des chiens dans les établissements sans cuisine depuis 2020, sans vague d'incidents. Là où l'établissement ne prépare aucun aliment et où quelques conditions simples sont respectées, le risque observé est faible. La preuve repose sur ce bilan, pas sur une prédiction.

La contamination des aliments. C'est la préoccupation fondamentale, et celle que le contexte d'un salon de dégustation sans cuisine désamorce le plus. Le raisonnement ne porte pas sur la boisson servie, mais sur l'environnement : il n'y a ici aucune préparation d'aliments, aucune surface de préparation et aucun aliment à risque élevé, ni viande crue, ni volaille, ni produits laitiers. On y sert des boissons et, tout au plus, des grignotines préemballées. La chaîne de contamination que la réglementation de salubrité existe pour briser, celle qui relie une surface de préparation à un aliment, n'est tout simplement pas présente, et c'est précisément pourquoi l'Ontario l'autorise déjà à l'intérieur. Les mesures d'exploitation que les établissements responsables appliquent ferment toute voie résiduelle : chiens tenus à l'écart des becs à bière, des conduites de tirage et de la verrerie, chiens au sol seulement, jamais sur les chaises, les tables ou le comptoir, eau servie aux animaux dans des contenants jetables ou fournis par le maître, jamais dans la verrerie de la maison.

Les poils, les allergies et l'asthme. Les poils sont gérés dans les commerces, dans le métro et dans des milliers de milieux de travail au pays chaque jour. Le mécanisme dans un établissement titulaire d'un permis d'alcool est le même : séparation dans l'espace et gestion de l'air. Pour les plus grands établissements, une disposition en zones avec un secteur désigné sans chiens et une ventilation adéquate protège efficacement la clientèle sensible. Pour les plus petits, une signalisation claire à l'entrée permet à chacun de choisir : une personne très allergique, ou qui préfère ne pas partager la salle avec un chien, fait ce choix à la porte, avant d'entrer.

La responsabilité en cas de morsure. En droit québécois, l'article 1466 du Code civil du Québec fait reposer la responsabilité du préjudice causé par un chien d'abord sur son propriétaire ou sur la personne qui en a la garde. Un exploitant qui maintient des politiques claires, les applique et tient une documentation réduit d'autant son exposition. Les exigences pratiques sont simples : une règle de laisse, fixe et courte, sans laisse rétractable, une politique de comportement avec retrait immédiat de tout animal agressif, une reconnaissance par le maître qu'il accepte la responsabilité du comportement de son chien, et un protocole d'incident en bonne et due forme.

La sécurité des employés. On ne demande pas au personnel de service de toucher, de nourrir ou de nettoyer derrière les chiens. La règle est simple : aucun contact du personnel avec les animaux. Si la main d'un employé touche un chien, l'hygiène des mains est faite avant le retour au service. Tout nettoyage est confié à du personnel non affecté aux aliments, avec une trousse autonome tenue à l'écart de tout l'équipement de service.

La cynophobie et le confort de la clientèle sans chien. La solution est celle que la plupart des établissements appliquent déjà : une signalisation claire et visible à chaque entrée annonçant que l'établissement accueille les chiens. La personne qui a peur des chiens, ou qui préfère simplement ne pas être près d'eux, voit l'affiche avant d'entrer et choisit en conséquence. Dans une salle assez grande pour une disposition en zones, le secteur sans chiens offre une solution de rechange. Personne n'est pris au dépourvu. Le choix lui appartient.

Le Code d'accès canin

La réforme proposée ici ne demande pas au gouvernement de rédiger un règlement. La Société Roch l'a déjà rédigé. Le Code d'accès canin (Dog Friendly Barcode) est une norme de sécurité d'application volontaire pour les établissements sans cuisine qui souhaitent accueillir les chiens à l'intérieur. Il est gratuit à utiliser, gratuit à adopter et, dès que la loi le permettra, gratuit à certifier. Il est conçu pour donner à une autorité de santé un cadre unique, cohérent et déjà rédigé à reconnaître plutôt qu'à bâtir, et pour donner au propriétaire de chien qui passe devant un signal clair, la marque Let Dogs In à la fenêtre, qu'on les accueille, lui et son chien, à l'intérieur.

Le Code se résume à six règles simples, assez courtes pour tenir dans une fenêtre et assez strictes pour qu'un inspecteur les approuve :

<p>Chiens vaccinés 1</p> <p>Vaccins à jour, comme en chenil.</p>	<p>En laisse courte 2</p> <p>Tenue par le maître, jamais libre.</p>	<p>Au sol, pas sur le mobilier 3</p> <p>Ni sur les sièges, ni sur les tables.</p>
<p>À l'écart du comptoir 4</p> <p>Loin de l'aire de service.</p>	<p>Une zone sans chiens 5</p> <p>Un espace balisé pour qui préfère.</p>	<p>Aucune seconde chance 6</p> <p>Toute agressivité, et le chien sort.</p>

Pourquoi un inspecteur peut l'approuver tient à la même logique qui traverse tout ce mémoire. Les règles de salubrité interdisent les chiens parce qu'elles ont été écrites pour des lieux qui préparent des aliments, où un animal en liberté près d'une surface de préparation est un vrai risque de contamination. Une salle de dégustation n'a ni surface de préparation, ni aliment cru; on y verse des boissons dans de la verrerie propre, sans jamais manipuler d'aliments. Retirez la cuisine, et la raison de l'interdiction s'en va avec elle. Le Code ne fait qu'écrire les conditions de bon sens qui rendent la chose sécuritaire, dans une langue qu'un inspecteur peut lire et approuver.

Derrière les six règles vedettes se trouve la norme d'exploitation complète, publiée séparément par La Société Roch comme sa norme pour les établissements sans cuisine (référence RSTC-01). Ce document porte le détail qu'une autorité réglementaire voudra vérifier : il est réservé aux établissements qui ne préparent véritablement aucun aliment, et il trace une ligne ferme, l'introduction d'une préparation d'aliments sur place ou d'aliments de l'extérieur annule l'admissibilité, parce que c'est précisément la ligne qui définit le risque. Il exige des chiens adéquatement vaccinés et enregistrés comme la loi le requiert, en apparente bonne santé, propres, et sous le contrôle physique d'un maître adulte, en laisse courte et fixe, au sol, jamais sur le mobilier et jamais en travers d'une sortie de secours.

La norme trace la distinction la plus nette possible entre les chiens de compagnie et les chiens d'assistance. Il ne régit que les chiens de compagnie. Il ne limite, ne nuance ni n'affecte d'aucune manière le droit d'accès absolu d'un chien d'assistance certifié, partout dans l'établissement. Rien dans cette campagne ne demande, ni ne permet, le moindre rétrécissement des droits d'accès que les lois sur l'accessibilité et les droits de la personne garantissent déjà aux chiens-guides et à leurs maîtres. Sur le comportement, la norme est volontairement intransigeante là où il le faut : toute agression ou morsure entraîne un retrait immédiat et un bannissement, sans avertissement.

Les établissements conformes sont certifiés gratuitement par La Société Roch et inscrits dans un répertoire public. La valeur pour le gouvernement est qu'approuver ne signifie plus évaluer chaque établissement à partir d'une page blanche. Cela signifie reconnaître une norme unique, robuste et tenue de l'extérieur, déjà alignée sur les conditions que les autorités de santé demandent, et faire de la bonne réponse la réponse facile.

Les recommandations

La Société Roch formule une seule demande, calibrée à ce que le cadre juridique de chaque territoire exige : permettre la présence de chiens de compagnie à l'intérieur des établissements titulaires d'un permis d'alcool qui ne préparent aucun aliment sur place. Le mécanisme diffère d'une province à l'autre, parce que le point de départ diffère. Dans chaque cas, le changement peut se faire par le ministre responsable et le Cabinet par voie réglementaire, sans vote de l'assemblée.

Territoire	Situation actuelle	L'étape proposée	Règlement visé
Québec	Terrasses seulement	Projet-pilote intérieur, MAPAQ	Règlement sur les aliments, P-29 r.1
Ontario	Intérieur permis	Publier des consignes provinciales	O. Reg. 493/17 s.14(2)
Alberta	Terrasses seulement	Dérogation pour salons de dégustation	Food Reg AR 31/2006
Colombie-Britannique	Terrasses seulement	Standardiser la voie de l'art. 25(2)(c)	Food Premises Reg 210/99
Nouvelle-Écosse	Terrasses seulement	Étendre la réforme à l'intérieur	Food Safety Regulations
Nouveau-Brunswick	Terrasses seulement	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Reg 2009-138
Île-du-Prince-Édouard	Terrasses seulement	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Regs EC531/13
Yukon	Terrasses tolérées	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Regulation
Saskatchewan	Intérieur interdit	Adopter l'exception ontarienne	Food Safety Regulations
Manitoba	Intérieur interdit	Adopter l'exception ontarienne	Food Reg 339/88
Terre-Neuve-et-Labrador	Intérieur interdit	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Regs NLR 39/96
Territoires du Nord-Ouest	Intérieur interdit	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Regs R-018-2009
Nunavut	Intérieur interdit	Adopter l'exception ontarienne	Food Premises Regs R-018-2009

Le Québec doit compléter la réforme amorcée en 2025. La Société Roch appuie un projet-pilote ministériel d'accès canin à l'intérieur des établissements sans cuisine, au moyen du mécanisme de projet-pilote prévu à la Loi sur les produits alimentaires, en vue d'une modification permanente par la suite. La responsabilité réglementaire relève ici du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de

l'Alimentation, et non de la Santé. La Société offre le Code d'accès canin comme cadre d'exploitation pour tout projet-pilote, et la certification gratuite aux participants. Le Québec a déjà prouvé, sur ses terrasses, qu'il sait moduler l'interdiction selon le lieu et le risque. L'intérieur sans cuisine est la suite logique, selon les modalités du Québec.

L'Ontario a déjà la base juridique à l'article 14(2) de l'O. Reg. 493/17. La demande y est administrative : que le ministère de la Santé enjoigne à toutes les unités de santé publique de publier des consignes claires confirmant que l'exemption s'applique aux salons de dégustation.

L'Alberta devrait formaliser une dérogation provinciale uniforme pour les salles de dégustation sans cuisine, sur le modèle de Cold Garden à Calgary. **La Colombie-Britannique** devrait normaliser le mécanisme discrétionnaire qu'elle a déjà utilisé pour Unleashed Brewing, afin que le processus soit transparent et ouvert à tout exploitant admissible.

Les provinces et territoires presque acquis permettent déjà les chiens sur les terrasses ou les tolèrent en pratique, ce qui veut dire que le principe de moduler l'interdiction selon le lieu est déjà accepté. La Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et le Yukon devraient chacun faire le même pas : une modification modeste, ou des consignes publiées, permettant les chiens de compagnie à l'intérieur des établissements sans cuisine, sur le modèle de l'article 14(2) de l'Ontario. **Les provinces et territoires où l'interdiction demeure totale** maintiennent un bannissement complet à l'intérieur : la Saskatchewan, le Manitoba, Terre-Neuve-et-Labrador, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. Pour eux, la demande est une première modification, ciblée, du règlement nommé. La demande est identique partout : là où il n'y a pas de cuisine, la raison de l'interdiction tombe.

LE PLAN D'ACTION

Comment cela se gagne

Un bon argument ne se vote pas tout seul. Cette section expose, simplement, comment La Société Roch entend transformer le dossier de ce mémoire en règles changées, à commencer par le Québec. C'est une campagne bâtie pour rendre le « oui » d'un ministre facile, sans risque et bien étayé, et pour le faire entièrement au grand jour.

Le changement est provincial, et il n'exige pas de nouvelle loi

La première chose à comprendre, c'est où se trouve le pouvoir. Au Québec, la santé publique et l'encadrement des établissements relèvent du gouvernement du Québec. Il n'y a donc aucune règle fédérale à modifier : la décision appartient entièrement au Québec. La deuxième chose à comprendre, c'est comment le changement se fait. Les règles qui interdisent les chiens ne sont pas des lois de l'Assemblée. Ce sont des règlements, pris et modifiés par le ministre responsable et le Cabinet, sans débat ni vote. C'est exactement ainsi que le Québec a procédé pour d'autres réformes. Le levier que nous actionnons est une décision ministérielle, pas un marathon parlementaire. Cela peut bouger vite quand un ministre choisit de le faire bouger.

Les trois choses que nous remettons au décideur

Nous n'arrivons jamais avec une liste de noms et rien d'autre. Nous arrivons avec un dossier complet, pour qu'un ministre puisse dire oui en confiance, sans le risque. **D'abord, la preuve de la demande.** Un grand nombre de signatures publiques, de Québécois et de Canadiens qui réclament ce changement, recueillies par la pétition de la campagne. Nous sommes francs sur ce qu'une pétition est et n'est pas : à elle seule, elle n'a jamais changé une loi. Ce qu'elle fait, c'est mettre la demande publique en preuve, sous une forme qu'un ministre peut citer comme appui à une décision sensée, populaire et sans coût.

Ensuite, une industrie qui demande, pas seulement des consommateurs. Une coalition d'établissements, les salons de dégustation, les microbrasseries, les cidreries et les bars sans cuisine, qui s'engagent à appliquer le Code d'accès canin dès le premier jour. C'est le cadrage auquel le gouvernement répond, et c'est exactement le cadrage qui a fait gagner la réforme québécoise de 2025, menée par l'industrie de la restauration elle-même. **Enfin, une solution clé en main.** Ce mémoire, le Code d'accès canin, le décompte des signatures et le registre des établissements prêts, remis ensemble. On ne demande pas au ministre de concevoir un régime de sécurité. On lui demande d'en reconnaître un qui existe déjà et qu'on applique déjà.

Comment la campagne est menée

La campagne est menée par des bénévoles et des sympathisants, sur du contenu organique, le site Web et le bouche-à-oreille. Elle est strictement non partisane : c'est une réforme de bon sens que tout parti peut adopter, et nous ne nous alignons sur aucun parti ni candidat. Nous ne demandons rien au trésor public et ne sollicitons aucun don : la campagne ne coûte rien au public, ce qui fait partie du propos. Nous protégeons les chiens d'assistance de façon absolue : rien dans cette campagne ne restreint les droits d'accès des chiens au travail et de leurs maîtres. Et comme un changement provincial ne supprime pas automatiquement un règlement municipal, nous jumelons la demande provinciale à une vérification des règles locales dans les villes que nous ciblons.

La séquence québécoise : terminer le travail

Le Québec a déjà la première étape derrière lui. La voie est claire, en trois temps, et chaque étape rend la suivante plus facile.



Les terrasses sont acquises depuis 2025. La prochaine étape est un projet-pilote du MAPAQ pour l'accès à l'intérieur des établissements sans cuisine, qui fournit un bilan d'exploitation sécuritaire en conditions réelles. La dernière est une modification permanente du règlement, une fois la preuve faite. Le Québec porte une culture de microbrasseries et de salons de dégustation parmi les plus vivantes du continent, et l'industrie qui a gagné les terrasses est prête à demander la suite. C'est là que le geste se termine, à la manière québécoise.

Conclusion

La demande de ce mémoire est étroite et précise. Là où un établissement n'a pas de cuisine et ne prépare aucun aliment, qu'on le laisse choisir d'accueillir à l'intérieur un chien calme et bien maîtrisé. Pas les restaurants. Nulle part où l'on prépare des aliments. Seulement les bars, les salons de dégustation, les microbrasseries et les cidreries qui servent une consommation et rien d'autre.

Le Québec a déjà fait la moitié du chemin, et il l'a fait à sa façon : par sa propre Assemblée nationale, à la demande de ses propres restaurateurs, sur ses propres terrasses. La loi plie dans le bon sens partout où on l'a éprouvée. La demande est vaste, québécoise et mesurée. L'économie récompense l'exploitant qui dit oui. Et chaque préoccupation de sécurité a une réponse claire et éprouvée, consignée dans le Code d'accès canin, une norme qu'un inspecteur peut lire en une minute et approuver en confiance.

C'est une de ces rares réformes qui ne prend rien à personne. Elle ne coûte rien au trésor public. Elle peut se faire par une seule décision ministérielle. Le risque d'agir est faible, compris et géré. Le coût de l'inaction est un secteur retenu, loin de millions de clients prêts, disposés et qui attendent à la porte.

Alors voici la demande, simplement. Aux ministres et aux fonctionnaires qui tiennent la plume : c'est un gain propre, populaire et sans coût, et la norme comme la preuve sont déjà entre vos mains. Aux microbrasseries, aux salons de dégustation et aux bars : engagez-vous à appliquer le Code et signez. Et à chaque personne qui a déjà écourté une belle soirée parce que le chien était seul à la maison : faites entendre votre voix à letdogs.com.

Les salons de dégustation du Québec sont des ancrages de quartier, les lieux où le voisinage se rencontre et où la vie locale se verse dans un verre. Les chiens font partie de ce tableau, pas du trottoir devant. Le principe est solide, la preuve est faite, et le chemin est clair. Là où il n'y a pas de cuisine, il n'y a pas de raison. Le Québec a ouvert ses terrasses : finissons le travail. Laissons entrer les chiens.

La Société Roch est un organisme à but non lucratif voué à une inclusion canine authentique dans la vie publique et commerciale. rochsociety.com

SOURCES

La Société Roch

1. The Stay In Effect – The Roch Society
2. The 76% Return Rate – The Roch Society
3. Welcomed, Not Permitted – The Roch Society
4. What Retail Centres Understand About Dogs – The Roch Society

Législation, données et sources de référence

5. Québec, Loi sur les produits alimentaires (RLRQ, c. P-29) – legisquebec.gouv.qc.ca
6. Projet de loi 85, chiens sur les terrasses, adopté et sanctionné – Tourism Express, 2025
7. Québec, chiens sur les terrasses de restaurants – MTL Blog
8. Ontario Food Premises Regulation O. Reg. 493/17, s.14
9. Ontario regulatory registry posting – 2019 amendment
10. British Columbia Food Premises Regulation B.C. Reg. 210/99, s.25
11. Interior Health decision on Unleashed Brewing, Kelowna – Global News, 2023
12. Unleashed Brewing continues indoor access – Castanet, 2023
13. Alberta Food Regulation AR 31/2006 – FAO Lex
14. Alberta patio dogs information sheet for operators, 2022
15. Alberta removes inspector approval for dog-friendly patios – Global News, 2022
16. Cold Garden FAQ – Cold Garden Brewery, Calgary
17. Cold Garden AHS intervention – CTV News Calgary, 2017
18. Nova Scotia restaurants and bars dog-friendly patio rule – CBC News, 2021
19. CAHI Canadian Pet Population Survey 2024
20. Statistics Canada, household pet expenses 2023 – Fun With Data
21. OpenTable Top 100 Restaurants for Outdoor Dining in Canada, 2026
22. OpenTable 2026 patio season press release – Market Chameleon
23. Ripple Research for OpenTable, 2026 survey methodology – Ground News
24. Rover Pet Parenting Trends Canada 2026
25. Pets Canada / NielsenIQ – Understanding Canadian pet parents – GlobalPETS
26. IBISWorld – Breweries in Canada 2025
27. Trillium Network – Ontario's Craft Brewing Industry report 2022 (PDF)
28. The Kennel Club – businesses benefit from being dog-friendly, 2016/2017
29. Could Man's Best Friend save Britain's pubs? – The Kennel Club, July 2017
30. Simcoe Muskoka District Health Unit – food service operator guidance on dogs
31. La majorité des restaurants québécois approuvent les chiens sur les terrasses après une première saison – CTV News, 2025



Une campagne de La Société Roch

letdogs.in.com

La Société Roch est un organisme à but non lucratif voué à une inclusion canine authentique dans la vie publique et commerciale.

rochsociety.com

RSPP-01-QC · Version 2.0 · juin 2026

© 2026 La Société Roch

Sous licence Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Libre de partage et d'adaptation, y compris à des fins commerciales, avec mention de la source

Citation : La Société Roch, Laissons entrer les chiens, RSPP-01-QC (2026), letdogs.in.com