RADAR

ASSOCIATION DES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION DU QUÉBEC

Janvier-Février-Mars 2020

Alternance travail-études en boucherie

Un projet voit le jour en Mauricie et au Centre-du-Québec!

Détails en pages 12

ENVIRONNEMENT

Le monde municipal en mode détail

P. 10-11

SIAL PARIS

Joignez-vous à la délégation des membres de l'ADA pour le voyage

P. 25

LES GAGNANTS ENFIN DÉVOILÉS

Concours Les Aliments du Québec dans mon panier!

P. 26-27

POINT DE VUE

RASSEMBLER NOS FORCES

André Forget
Président du Conseil d'administration

Je ne sais pas si vous avez vu passer la dernière année, elle est déjà derrière nous. Ça va si vite dans nos opérations quotidiennes, on a tant de priorités pour hier, heureusement qu'il existe une organisation pour qui l'avenir des détaillants propriétaires est tout en haut de sa liste.

Jour après jour la permanence de l'ADA travaille pour nous. Pour nous protéger, nous éduquer et nous aider à naviguer à travers les transformations constantes de l'industrie.

Notre organisation est forte, forte de l'appui de ses membres comme en témoigne le congrès annuel réussi duquel nous sortons à peine. On compte se dépasser encore l'an prochain. Il n'est pas question de faire du sur-place, notre organisation veut s'améliorer et croître.

Et si pour 2020 on innovait. Une innovation très simple. Imaginez si chaque membre de l'ADA invitait un autre détaillant propriétaire à devenir membre de l'ADA.

Faisons voir notre fierté de nourrir les Québécois, tous ensemble, la force du nombre se ferait certainement entendre.

Je suis très fier de pouvoir dire aujourd'hui que notre conseil d'administration n'a jamais été aussi représentatif de la diversité de ses membres. Toute les grandes familles de l'alimentation sont représentées, tout comme les commerces de proximité et les commerces spécialisés. Plus de régions sont représentées et comme partout au sein de notre industrie de plus en plus de femmes trouvent leur place au cœur de notre organisation. Quelle chance de pouvoir être entouré d'autant d'expertise et d'expérience.

En espérant vous rencontrer dans l'une ou l'autre de nos activités de cette nouvelle année. Je vous souhaite à vous et à vos familles santé, bonheur et réussite pour 2020 et au-delà!

Voici les entrepreneurs qui m'entourent au sein de notre conseil d'administration :

Michel Dépatie : Vice-président
Metro Plus Dépatie, Laval

Guillaume Laroche : Trésorier
Metro Laroche, Chaudière-Appalaches

Bruno Desrochers : Secrétaire
Provigo Desrochers, Lanaudière

Éric Courtemanche-Baril :
L'Intermarché St-Roch, Capitale-Nationale

Jean-Philippe Beaudry :
BZ Beau-Soir Chain, Montérégie

Marc Bougie :
Provigo Marc Bougie, Montréal

Marcel Clermont :
Marchés Pepin Inc. (IGA), Montérégie

Marie-Josée Drouin :
Metro Plus Drouin, Montérégie

Jasen Gaouette :
Marché Gaouette Inc. (IGA), Montérégie

Franck Hénot :
L'Intermarché Boyer et Bleu et Persillé, Montréal

Annie Paquette :
Pasquier, Montérégie

Patrick Pinard :
Boucherie Clément Jacques, Estrie et Montérégie

Roger Raad :
Dépanneur Beau-Soir, Montérégie

Nicole Thompson :
Dépanneur Thompson, Outaouais

LES GRANDS CHANTIERS DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

L'actualité de la dernière année ne vous a pas donné beaucoup de répit. Qu'il soit question d'emballage ou plutôt l'absence de, de gaspillage alimentaire, de la hausse du salaire minimum, de pénurie de main-d'œuvre, d'élargissement de la consigne, on vous en demande toujours davantage.

Au Québec, les enjeux environ–nementaux et ceux liés à la main-d'œuvre ont beaucoup occupé notre attention dans la dernière année et tout indique que cela devrait se poursuivre en 2020. Dans la dernière année nous avons développé des liens avec le nouveau gouvernement de la CAQ, nous comprenons maintenant mieux ses intentions et ses grandes ambitions.

À Ottawa, le gouvernement libéral maintenant minoritaire devra faire des alliances avec les partis d'opposition et ne pourra probablement pas réaliser l'entièreté de son ambitieuse plateforme sociale. Cette situation pourrait offrir des opportunités intrigantes sur certains enjeux. Par exemple, les libéraux ont proposé d'éliminer les frais de transaction prélevés sur le montant de la TPS/TVH lors des opérations par carte de crédit. Bien que la majorité de vos transactions (aliments) ne soient pas taxables, c'est néanmoins une ouverture intéressante.

Bien que notre mandat principal a toujours été la représentation de vos intérêts, nous savons que vous êtes à la recherche d'un retour sur l'ensemble de vos investissements. C'est pour cette raison que nous avons rendu disponible l'ensemble des formations en ligne du CSMOCA à tous nos membres et que nous avons développé différents partenariats profitables pour vous.

Plus tôt cet automne, nous avons eu l'occasion de lancer aux côtés du Ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Jean Boulet, un projet fort prometteur d'alternance travail-études subventionné en boucherie. Si cette première cohorte en Mauricie donne les résultats escomptés, nous souhaiterions l'étendre à d'autres régions. L'importante pénurie que vous vivez ne sera pas comblée par ce seul programme, ni du jour au lendemain, mais nous croyons qu'il permettra d'amener davantage de candidats outillés et motivés dans cette profession qui peut mener à de belles carrières.

Par ailleurs, nous venons de souligner les gagnants de la 4e édition du Concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*, nous espérons que nos partenaires poursuivront avec nous dans une 5e édition améliorée en 2020. Les autres grands projets de la prochaine année seront de finaliser la réorganisation de l'équipe de la permanence, poursuivre la bonification de la gouvernance et la réalisation d'un grand sondage des membres pour nous assurer de demeurer pertinents pour vous et de maximiser votre implication.

Ces chantiers nous ne pourrons les relevez sans vous, merci de nous pousser, de nous accompagner. Bonne année à tous!

Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Depuis 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec. Sa mission est de défendre et représenter les intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques des quelque 8000 détaillants en alimentation, quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent.

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos par quelque procédé que ce soit du présent ouvrage, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les opinions émises dans les articles publiés dans le RADAR n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Téléphone : (514) 982-0104 ‣ 1 (800) 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 ‣ info@adaq.qc.ca
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,
Montréal (Québec) H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Françoise Miquet

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général
Manon Dextras
Directrice, Finances
et administration
Stéphane Lacasse
Directeur, Affaires publiques
et gouvernementales
Lola Chauvin
Responsable des communications

Catherine Séguin
Adjointe au PDG
Louise Gravel
Directrice, Événements
et base de données
Daniel Choquette
Directeur, Développement
des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF
André Forget
Président
Guillaume Laroche
Trésorier

Michel Dépatie
Vice-président
Bruno Desrochers
Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Jean-Philippe Beaudry
Marc Bougie
Marcel Clermont
Éric Courtemanche Barie
Marie-Josée Drouin
Jasen Gaouette

Franck Hénot
Patrick Pinard
Annie Paquette
Roger Raadr
Nicole Thompson

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF
Mario Laplante
Président
Guy Auger
Trésorier

David Plante-Riou
Vice-président
Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Natalie Ayotte
Hedia Bahri
Daniel Chagnon
Tony Fournier

Marie-Josée Henri
Patrick Nadeau
Michaël Petit
Patrick Simard

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS 4
PORTRAIT DE DÉTAILLANT 5
FÉDÉRAL 8
SUIVI DE DOSSIERS
ENVIRONNEMENT
Le publisac 10
L'abolition des sacs de plastique 10
Hausse marquée des tarifs de la collecte sélective 11
Consigne : les discussions se poursuivent 11
MAIN-D'OEUVRE
Un projet travail-études en boucherie voit le jour en Mauricie et au Centre-du-Québec! 12
Une mesure d'aide pour les travailleurs expérimentés 12
Hausse du salaire minimum 12
TABAC
De nouvelles mesures sur le tabagisme et le vapotage en 2020 12
Rencontre avec l'inspection du tabac 13
AGROALIMENTAIRE
Le MAPAQ a un nouveau grand patron 13
Nouveau logo pour Aliments du Québec 13
À LA MÉMOIRE DE 13
RETOUR COCKTAIL SMF 14
FORMULAIRE D'ADHÉSION 16
FORMATION ET SERVICES ADA 17
CSMOCA : PARLONS FORMATION 18
64e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA 20
VOYAGE ADA À SIAL PARIS 25
CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER! 26
DÉFI DES FOURNISSEURS ADA 28
AVIS DE NOMINATION 32
NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 36
ACTUALITÉS DES TCBQ 40
57e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 42

SMF SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

UN NOUVEAU LEADERSHIP À LA SMF

Mario Laplante
Président SMF

Chers collègues fournisseurs

Il me fait plaisir d'avoir accepté de vous représenter à titre de rôle de Président de la section membres fournisseurs lors du dernier congrès de novembre 2019 et je profite de l'occasion pour vous souhaiter à toutes et à tous une excellent année 2020.

De nouveaux membres se sont joints au conseil d'administration 2019-2020 et nous avons comme objectif de relever la barre aux activités de réseautage qui soit dit en passant est le cœur de notre mission. De plus, nous verrons également à nous impliquer dans des dossiers traitant d'enjeux pour notre industrie.

Étant moi-même dans le domaine de l'alimentation depuis plus de 30 ans, je suis en mesure d'apporter mon expérience et expertise à une équipe expérimenté de notre secteur d'activité. L'objectif est de demeurer une organisation forte tout en travaillant conjointement avec les membres fournisseurs et membres détaillants ADA.

Nous sommes un comité ouvert à toutes nouvelles idées qui aura pour buts de faire avancer l'organisation. Je vous invite à communiquer avec notre comité pour toutes demandes, informations ou commentaires à l'amélioration de la section.

Au plaisir de se rencontrer sous peu.

LAISSEZ-MOI VOUS PRÉSENTER LE C.A. DE LA SMF :

Comité éxécutif

PRÉSIDENT :
Mario Laplante
Les Aliments Maple Leaf

VICE-PRÉSIDENT :
David Plante-Riou
Brasseries Sleeman

SECRÉTAIRE :
Christian Bérubé
St-Hubert

TRÉSORIER :
Guy Auger
High Liner

Administrateurs

Natalie Ayotte
HED Courtier en Assurance

Hedia Bahri
Technologie Targipsum

Daniel Chagnon
Acosta

Tony Fournier
Agropur

Marie-Josée Henri
PepsiCo

Patrick Nadeau
McCormick

Michael Petit
Brûlerie des Laurentides

Patrick Simard
Corporation Tantrum / Red Bull

PORTRAIT DE DÉTAILLANT

UN MÉTIER PASSION

Le Metro Plus Fournier de Cap-de-la-Madeleine, c'est avant tout une histoire de famille. Jean Fournier, le propriétaire actuel, avait lui-même pris la relève de ses parents, Robert et Corinne Fournier, qui avaient fondé l'entreprise en 1965. C'est à l'âge de seize ans que Simon Fournier a commencé à son tour son parcours dans le commerce. Après des débuts à la charcuterie, deux ans plus tard, il a occupé le poste de caissier, puis celui de responsable des caisses. Une nouvelle promotion l'a mené au poste de responsable des emballeurs. Tout cela l'a conforté dans l'idée qu'il avait en tête : persévérer afin de faire un métier qu'il aime. Simon a donc suivi des cours en administration au cégep, et lorsqu'il a terminé ses études, il a pu prendre en charge les ressources humaines.

C'est son père, Jean Fournier, qui lui a donné ce désir profond de travailler dans l'épicerie. « Quand on est enfant, on a tous un modèle... Mon modèle, un peu comme pour tous les enfants, c'était mon père. Il savait tout faire grâce à l'épicerie, c'est un homme tellement polyvalent. Il peut solutionner un problème électrique, faire un peu de plomberie... C'est un gars aussi manuel que cérébral. Ça m'a plu de voir à quel point le travail est varié. Apprendre à savoir tout faire, c'est génial, je ne m'ennuierai jamais! » nous confie Simon avec passion.

DES RÔLES DÉFINIS

Prendre la relève en tant que propriétaire est un objectif que chérit Simon depuis longtemps. Il raconte qu'un soir, à ses débuts, alors qu'il fermait seul la section de charcuterie, il avait demandé à son père qui passait par là s'il était utopique d'envisager de reprendre l'entreprise familiale. Sans l'ombre d'une hésitation, son père lui avait répondu : « Si tu démontres que tu en es capable, je ne vois pas pourquoi on n'irait pas de l'avant ». C'est à ce moment-là qu'il a pris la décision de « se lancer là-dedans ».

Comme Simon a déjà évolué dans beaucoup de secteurs du magasin, il en comprend bien les différentes opérations. L'ensemble des procédures n'en demeure pas moins complexe. Ainsi, on lui a confié graduellement plus de responsabilités afin de le sensibiliser aux différents éléments à parfaire en vue de reprendre le collier.

Actuellement, ils sont quatre à se répartir les responsabilités de la gestion du commerce : Jean est propriétaire, Simon est responsable des ressources humaines, et père et fils sont épaulés d'un directeur et d'une directrice adjointe. Simon se considère chanceux d'être si bien accompagné. Il n'y a pas encore de date encerclée sur son calendrier, mais une chose est certaine, il sera prêt!

UN DÉMÉNAGEMENT FORCÉ

La dernière version du Metro Fournier, qui remonte à seulement 13 ans, souffrait d'importants problèmes structurels liés à la présence de pyrrhotite, minéral qui gruge les fondations de béton et qui est malheureusement répandu en Mauricie. Si bien que les Fournier n'ont d'autre choix que de repartir à neuf dans une toute nouvelle épicerie. Accompagnée par la Ville, la famille Fournier investit 14 millions de dollars dans son nouveau commerce construit à tout juste douze pieds de l'ancien et qui a ouvert au mois d'octobre dernier.

Alors que certains auraient décidé de tourner la page, les Fournier sont demeurés positifs. Selon Simon, il était temps de faire des rénovations de toute façon. Les commerçants en ont profité pour agrandir le magasin d'un peu plus de 5 000 pieds carrés, ce qui a notamment permis d'ajouter une plus grande section pour les vins et d'agrandir la section de produits bios et spécialisés. Les Fournier ont résisté à la tendance actuelle consistant à intégrer cette section aux autres sections alimentaires : « On souhaitait, par exemple, répondre facilement à la demande des personnes qui achètent des produits sans gluten par nécessité ». Enfin, l'environnement étant également au cœur des décisions, les entrepreneurs en ont entre autres profité pour aménager une zone consacrée aux matières résiduelles du commerce afin d'améliorer l'efficacité de la récupération de chaleur, en installant un système assez unique au Québec, voire au Canada : ils chauffent les planchers avec la chaleur récupérée de différentes sources de chaleur générées dans le commerce. L'économie de consommation d'électricité est majeure : leur facture est comparable à celle d'un magasin d'une surface moindre de plusieurs milliers de pieds carrés.

UNE MARQUE DE FABRIQUE

La marque de fabrique de la famille Fournier, c'est la proximité avec le client : « Quand il y a une demande, le client sait qu'il peut venir nous voir et qu'on va tout faire pour trouver le produit qu'il cherche », affirme Simon. Les commerçants reçoivent de nombreux commentaires positifs de la part de leur clientèle, notamment sur la qualité du service rendu. Selon le jeune marchand, le grand défi auquel il devra s'atteler dans l'avenir sera de simplifier la vie de ses clients. C'est pourquoi il reste ouvert à tous les projets et à toutes les occasions.

Concluons avec une phrase qui résume parfaitement ce métier que Simon a décidé de faire sien : « J'aime le métier que je fais, l'image que j'en avais quand j'étais jeune n'a pas changé. Beaucoup de défis s'annoncent dans l'avenir, ça me tient motivé, et tous les jours sont différents ».

AU QUÉBEC, C'EST LA NORME

La durée des **vacances** est de 3 semaines après 3 ans de service.

Les employeurs doivent avoir une politique de prévention du **harcèlement**.

Un congé compensatoire peut être offert à une personne qui ne travaille pas un **jour férié**.

Les normes du travail ont changé.

Pour en savoir plus, visitez le **respectdesnormes.com**

DC1300-628 (2019-11)

Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail

CNESST

DÉNEIGER UN TOIT DE FAÇON SÉCURITAIRE... ÇA SE PLANIFIE !

Pour le déneigement des toitures, vous avez la responsabilité de vous assurer que les méthodes de travail respectent les règles de sécurité.

Chute de hauteur, ensevelissement sous la neige, malaise causé par l'effort physique intense ou le froid : si vos travailleurs ne prennent pas les mesures de sécurité appropriées lorsqu'ils procèdent au déneigement d'un toit, ils s'exposent à des dangers certains ! La Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) vous rappelle quelques méthodes à appliquer pour que tout se passe bien cet hiver.

Ne laissez pas la neige s'accumuler !

Voici deux règles à suivre :

- Pelletez le plus vite possible après une précipitation abondante de neige ;
- Vérifiez régulièrement l'épaisseur de neige sur le toit*.

* Il n'est pas nécessaire d'enlever toute la neige : vous pouvez en laisser jusqu'à 15 cm sur le toit, sans problème.

Déneigement sécuritaire d'un toit plat

Il est important d'inspecter le toit avant de commencer le déneigement. Dès que les travailleurs sont exposés à une chute à partir d'un toit, ils doivent être protégés contre les chutes par des garde-corps. Cependant, dans le cas du déneigement d'un toit ayant une pente égale ou inférieure à 15 ° (3/12), une ligne d'avertissement peut être installée pour remplacer le garde-corps en vue de délimiter une aire de travail. De plus, il faut déterminer une ou plusieurs zones de déversement et délimiter des zones tampons où les travailleurs n'auront pas à circuler à moins de 2 m du bord du toit, comme le montre le schéma qui suit.

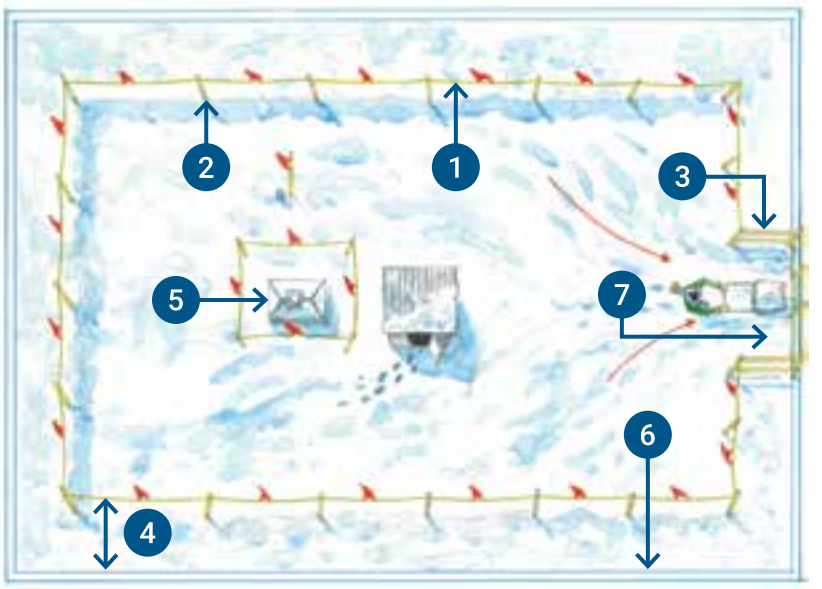


Illustration : Ronald DuRepos

1. Ligne d'avertissement
2. Potelets espacés d'au plus 2,5 m
3. Mise en place de garde-corps au point de déversement
4. Zone tampon (2 m)
5. Puits de lumière
6. Parapet
7. Zone de déversement

Déneigement sécuritaire d'un toit en pente

La CNESST vous recommande de déneiger le toit à partir du sol avec un râteau de toit muni d'un long manche. Très souvent, le déneigement à l'aide de cet outil s'avère suffisant. S'il faut monter sur le toit, les travailleurs doivent porter un équipement de protection individuelle contre les chutes composé d'un harnais de sécurité, d'un cordon d'assujettissement et d'un absorbeur d'énergie fixé à un point d'ancrage.

Photo : Marc Couture

Pour plus d'informations à ce sujet ou pour visionner la vidéo *Comment déneiger un toit plat de façon sécuritaire ?*, consultez la page Web suivante : **cnesst.gouv.qc.ca/deneigement**.

DC1300-449-1 (2019-11)

Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail

CNESST

FÉDÉRAL

ÉLECTIONS FÉDÉRALES 2019 : JUSTIN TRUDEAU RECONDUIT POUR UN 2E MANDAT!

Photo : Justin Tang

Le 21 octobre dernier, les canadiens ont renouvelé le mandat de Justin Trudeau comme premier ministre, mais il dirigera un gouvernement libéral minoritaire n'ayant fait élire que 157 députés à la chambre des communes. Le Parti libéral du Canada (PLC) s'est engagé, durant la dernière campagne électorale, à réduire le fardeau administratif des petites et moyennes entreprises.

Le PLC a également proposé d'éliminer les frais de transaction prélevés sur le montant de la TPS/TVH lors des transactions effectuées par carte de crédit. Nous allons nous assurer que le gouvernement puisse respecter cet engagement, qui est un premier pas. Nous croyons qu'il est impératif de réduire les frais de transaction par carte de crédit qui sont parmi les plus élevés au monde malgré la diminution volontaire de 1,4 % qui doit entrer en vigueur le 1er avril 2020.

LE QUÉBEC ET L'ONTARIO AU PREMIER PLAN DU CONSEIL DES MINISTRES!

Le 20 novembre dernier, le premier ministre a annoncé la composition de son conseil des ministres. 10 ministres proviennent du Québec et 17 ministres proviennent de l'Ontario, soit 75 % du conseil des ministres est formé de députés provenant des deux provinces. Voici le portrait de quelques ministres reliés à notre industrie.

MARIE-CLAUDE BIBEAU

Ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire

Économiste de formation, madame Bibeau a travaillé plusieurs années pour l'Agence canadienne du développement international. Après avoir géré une entreprise touristique durant 15 ans à Compton, elle s'est grandement impliquée dans divers comités en Estrie.

Élue sous la bannière libérale pour la première fois en 2015 dans le comté de Compton-Stanstead en Estrie, Madame Bibeau a occupé, lors du premier mandat, le rôle de ministre du Développement international et de la Francophonie du Canada. Par la suite, elle fut nommée, le 1er mars 2019, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

Au printemps dernier, madame Bibeau a annoncé une première politique bio–alimentaire canadienne intitulée « Tout le monde à la table ». Dans le précédent RADAR, nous vous avons énuméré les cinq programmes de cette politique qui investira 134 millions de dollars au Canada lors des prochaines années.

Ayant plusieurs entreprises dans le secteur agroalimentaire dans sa circon–scription, madame Bibeau comprend bien les enjeux de notre secteur. Nous avons hâte d'échanger avec elle sur divers enjeux qui vous concernent.

MÉLANIE JOLY

Ministre du Développement écono–mique et des Langues officielles

Avocate de formation, madame Joly a travaillé dans deux grands cabinets d'avocat avant de rejoindre un cabinet de relations publiques à Montréal. Impliquée dans le secteur philanthropique, elle fut candidate à la mairie de Montréal en 2013, terminant 2e derrière le maire Denis Coderre.

Élue pour la première fois à la Chambre des communes pour représenter Ahuntsic-Cartierville en 2015, Mélanie Joly a occupé les fonctions de ministre du Patrimoine canadien lors des trois premières années du premier mandat pour ensuite être ministre du Tourisme, des Langues officielles et de la Francophonie.

Réélue pour un deuxième mandat, elle occupera le poste de ministre du Développement économique et des Langues officielles. Madame Joly aura le mandat de développer d'avantage l'économie en région dont s'attaquer à la pénurie de main-d'œuvre, présente dans toutes les régions du Québec. Nous serons heureux de partager vos réalités avec madame Joly.

JONATHAN WILKINSON

Ministre de l'Environnement et du Changement climatique

Ayant grandi à Saskatoon, Jonathan Wilkinson a fait ses études à l'Université de la Saskatchewan et à l'Université d'Oxford en Angleterre. Durant près d'une vingtaine d'années, il a travaillé pour trois différentes entreprises dans le secteur des technologies vertes. Il a été élu pour la première fois comme député du comté de North Vancouver. En juillet 2018, il fut nommé ministre des Pêches, des Océans et de la Garde côtière canadienne. Réélu le 21 octobre dernier, il devient le 27e ministre de l'Environnement et du Changement climatique.

Lors de la dernière campagne électorale, le Parti libéral du Canada a pris plusieurs engagements en matière environnementale. Quelques semaines avant les élections, le gouvernement libéral avait annoncé son intention d'interdire le plastique à usage unique sur certains produits. Nous devrons sensibiliser le ministre Wilkinson à la nécessité d'utiliser le plastique en alimentation.

Association des détaillants en alimentation du Québec

HED | Courtier en assurance

Un programme d'assurance conçu pour votre industrie

Notre programme d'assurance vous offre un service complet de gestion d'assurance ! Notre expertise se démarque particulièrement dans l'industrie des marchés d'alimentation.
Depuis 30 ans, plus de 550 marchands nous confient l'assurance de leur commerce, ce qui fait de nous un réel leader dans l'industrie.

HED offre un programme exclusif aux membres de l'ADA
Communiquez avec nous pour en savoir plus

HED | Courtier en assurance

1.800.363.9538
assuranceada@hedinc.com

SUIVI DE DOSSIERS

Cette section fait état de l'avancement des dossiers que nous menons. On y présente également l'actualité reliée au secteur du détail en alimentation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des informations supplémentaires ou encore pour nous transmettre des renseignements afin de mieux documenter nos dossiers.

ENVIRONNEMENT

Le monde municipal s'est mis en mode détail. Plusieurs municipalités, au cours des derniers mois, ont décidé d'intervenir par règlement pour interdire, réduire ou encore abolir certains produits liés à vos commerces.

LE PUBLISAC ▼

LA VILLE DE MIRABEL A DÉCIDÉ DE MODIFIER LA DISTRIBUTION DE PUBLISACS. EN EFFET, DEPUIS LE 1er OCTOBRE, TROIS TYPES DE DISTRIBUTION Y SONT PRÉVUS:

Le bulletin municipal, qui est publié par la Ville de Mirabel et distribué par Postes Canada, sans possibilité de refus.

Un système en vigueur d' « option de refus » : le citoyen a le choix de refuser les imprimés publicitaires. Les citoyens ont toujours eu la possibilité d'apposer sur leur boîte aux lettres un autocollant indiquant leur refus d'en recevoir, mais seulement pour ceux distribués par Postes Canada.

Un système en vigueur d' « option d'acceptation » : les distributeurs autres que Postes Canada, comme Publisac, pourraient distribuer leurs imprimés publicitaires seulement si un autocollant signale la volonté de les recevoir.

Cette dernière décision de la Ville de Mirabel est présentement contestée devant les tribunaux par Transcontinental.

De son côté, la Ville de Montréal a lancé une consultation sur ce même sujet cet automne. Plus d'une centaine de mémoires ont été déposés à ce jour, et des audiences publiques sont en cours pour permettre à la Ville d'obtenir le plus d'avis et de propositions possibles. Le rapport de consultation ainsi que les recommandations seront remis au comité exécutif de la municipalité en décembre.

La Ville de Montréal devra statuer sur le mode de distribution des circulaires au cours des prochains mois. Elle devra être consciente des retombées économiques des circulaires pour les milliers de détaillants en activité sur son territoire. En outre, rappelons qu'un grand nombre de journaux locaux sont également diffusés au moyen du Publisac. C'est dire que la diffusion de deux supports de communication à grande échelle avec la clientèle pourrait grandement diminuer.

L'ABOLITION DES SACS DE PLASTIQUE ▼

Cet automne, nous avons observé une autre tendance, celle consistant à vouloir intervenir pour réduire l'utilisation de plastique dans vos magasins. Nous avons constaté deux approches opposées.

D'une part, la Ville de Bromont a décidé d'abolir tous les types de sacs de plastique plutôt que les seuls sacs d'emplettes habituellement visés. Lors d'une rencontre avec cette municipalité, nous avons rapidement compris que cette dernière n'avait pas réellement réfléchi à l'incidence des solutions de remplacement aux sacs qu'elle souhaitait bannir. Nous lui avons notamment proposé de maintenir un sac d'urgence aux caisses pour les emballages de viande non étanches, afin de limiter les risques de contamination croisée. Cette proposition, comme nos autres demandes d'amendement, n'ont pas été retenues par Bromont avant l'entrée en vigueur du règlement, le 1er novembre. Il reste à voir comment ce dernier, maintenant en application, sera appliqué.

D'autre part, la Ville de Sherbrooke a également adopté en novembre un règlement, celui-là ne visant que les sacs de plastique offerts aux caisses. La municipalité a pris l'initiative de consulter un groupe de détaillants en amont de l'adoption de son règlement. Elle offrira, à l'ensemble des détaillants, une trousse à outils afin de bien informer les clients avant la mise en application du règlement. La Ville consultera à nouveau les commerçants lorsqu'elle voudra interdire ou réduire l'usage de certains autres emballages. Sherbrooke a été à l'écoute des enjeux opérationnels liés à certains produits, sans pour autant remettre en question sa volonté de diminuer le recours à l'emballage. Lors d'une rencontre avec l'ADA, les responsables municipaux du dossier ont confirmé qu'ils envisageront des solutions de remplacement avant d'imposer une modification de vos pratiques.

Comme vous pouvez le voir, les municipalités ont un pouvoir de réglementation sur vos activités en magasin. Nous vous invitons à discuter avec vos élus municipaux pour bien leur faire saisir les effets de leurs décisions. De notre côté, nous avons rencontré, en octobre, les membres de la Commission sur l'environnement de l'Union des municipalités (UMQ) afin de sensibiliser aux enjeux des détaillants en alimentation. Nous souhaitons que les élus puissent vous inviter à participer à leurs consultations en amont des décisions.

HAUSSE MARQUÉE DES TARIFS DE LA COLLECTE SÉLECTIVE ▾

Chaque année, Éco Entreprise Québec (EEQ) doit revoir les tarifs qui vous sont facturés pour les produits que vous mettez en marché. Les sommes versées à EEQ permettent de défrayer les municipalités pour les coûts liés à la gestion de la collecte sélective.

Cette année, EEQ prévoit une hausse importante des tarifs pour l'ensemble des entreprises. Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette augmentation des tarifs, notamment un effondrement des prix de vente des matières récupérées et une accumulation de matières faute de débouchés sur le marché.

L'organisme estime qu'en 2019, les coûts de la collecte sélective ont crû de 16,1 %, passant de 170,6 M$ en 2018 à 198,1 M$ en 2019. Dans le but de pallier cette croissance, EEQ doit augmenter ses tarifs en moyenne de 22,5 % pour l'année 2020. Pour le secteur des détaillants et des fournisseurs, qui représentent près de 55 % des contributions, une hausse de 25,8 % des tarifs est prévue.

Cette situation est fort préoccupante pour l'ensemble des partenaires. Dans le but d'améliorer le système actuel, EEQ et un comité ministériel proposent au gouvernement du Québec plusieurs solutions pour transformer les rôles et responsabilités des acteurs de la collecte sélective au Québec, afin que les producteurs passent de financiers à gestionnaires du système. Il faudra également investir massivement dans les centres de tri pour améliorer leur performance, ainsi que dans le développement de marchés des matières recyclées au Québec. Il est également important que les centres de tri puissent écouler les matières à valeur élevée pour contrebalancer d'autres hausses éventuelles.

CONSIGNE : LES DISCUSSIONS SE POURSUIVENT ▾

Cet automne, le dossier de la consigne élargie a continué de faire l'actualité. Dans le but de bien informer le gouvernement du Québec de votre réalité, nous avons rencontré différents cabinets ministériels ainsi que plusieurs députés. L'ensemble des intervenants ont bien compris que nos magasins n'ont ni l'espace, ni les ressources pour recevoir un nombre plus élevé de contenants.

Nous continuons de croire que le moyen le plus efficace pour récupérer les contenants de boisson demeure la collecte sélective. Chaque semaine, des millions de Québécois déposent dans leur bac de recyclage des contenants qui se retrouvent dans les centres de tri. Nous sommes conscients qu'il reste des efforts à faire pour moderniser la collecte sélective. Il y a présentement 23 centres de tri au Québec. Ne devrait-on pas investir dans ces 23 infrastructures pour les moderniser et les rendre plus performantes, au lieu de créer un nouveau système de centres de dépôt?

Le maillon faible de la récupération est toujours le même : qu'il s'agisse de consigne ou de collecte sélective, ce sont trop souvent les contenants consommés hors foyer qui n'aboutissent pas dans la filière du recyclage. C'est pourquoi nous avons proposé, avec différents partenaires, de créer un fonds annuel de 25 millions de dollars pour bonifier la récupération des contenants hors foyer. Le geste de recycler, si facile à la maison, l'est beaucoup moins face au manque d'infrastructures de récupération dans de nombreux parcs, institutions, bâtiments publics et privés, ou encore lors d'événements d'envergure.

Vous faites largement votre part en récupérant les cannettes de bière et de boissons gazeuses dans vos magasins. Nous avons pris acte de la prise de position du premier ministre. Si le gouvernement tient à consigner les bouteilles de vin et de spiritueux, il a un beau système public à sa disposition. Nous assumons déjà de grandes responsabilités ; pourquoi serait-ce au secteur privé de se charger de ce qui incombe à notre concurrent public?

Mettre en concurrence les détaillants privés pour récupérer à perte des contenants de verre n'est pas une option à laquelle nous pouvons adhérer. Seuls les géants auraient « le choix » de récupérer ces contenants, ce qui, de plus, créerait d'importantes disparités commerciales.

MAIN-D'OEUVRE

UN PROJET TRAVAIL-ÉTUDES EN BOUCHERIE VOIT LE JOUR EN MAURICIE ET AU CENTRE-DU-QUÉBEC! ▾

Le 1er novembre dernier, nous avons annoncé, en compagnie du ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Jean Boulet, une formation en alternance travail-études dans le secteur de la boucherie.

Cette formation permettra aux étudiants inscrits d'être rémunérés durant l'ensemble de la période d'apprentissage, d'une durée de 900 heures. Elle permettra à plusieurs marchands de la Mauricie et du Centre-du-Québec d'embaucher davantage de main-d'œuvre pour répondre à leurs besoins dans ce domaine.

La formation est offerte au Centre de formation professionnelle Bel-Avenir et mènera à un diplôme d'études profes–sionnelles. Elle se déroulera à 60 % du temps en classe et à 40 % en entreprise.

Cette mesure n'aurait pas été possible sans la participation des marchands de la Mauricie et du Centre-du-Québec. Nous collaborons également avec la Commission scolaire du Chemin-du-Roy et le Centre de formation professionnelle Bel-Avenir.

Enfin, ce projet a été réalisé grâce au travail exceptionnel de notre directeur au dévelop–pement des affaires, Daniel Choquette.

À la suite de cette première expérience, nous analyserons la possibilité de mettre en place cette formation dans d'autres régions du Québec, si nous avons les appuis financiers gouvernementaux nécessaires.

UNE MESURE D'AIDE POUR LES TRAVAILLEURS EXPÉRIMENTÉS ▾

Le 23 septembre dernier, le ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Jean Boulet, a dévoilé une mesure supplémentaire de son Plan d'action pour la main-d'œuvre. En effet, le Ministre souhaite aider financièrement les entreprises qui embauchent des travailleurs expérimentés. Ce nouveau programme de subvention salariale soutiendra les entreprises qui embauchent des travailleurs expérimentés à temps partiel. Ainsi, les employeurs pourront obtenir une subvention pouvant atteindre 50 % du salaire versé (sans excéder le salaire minimum), pendant un maximum de 52 semaines.

Cette mesure bonifie la mouture actuelle du Programme Subvention salariale pour personnes expérimentées, qui permettait d'aider seulement les personnes qui travaillaient plus de 30 heures par semaine. Pour en savoir plus sur le programme en vigueur, nous vous invitons à communiquer directement avec un conseiller d'Emploi-Québec dans votre région :

https://www.mtess.gouv.qc.ca/services-en-ligne/centres-locaux-emploi/localisateur/services.asp

Cette mesure est un pas dans la bonne direction, mais nos membres nous ont exprimé clairement qu'ils craignent que l'exode de leurs employés expérimentés se poursuive si rien n'est fait pour relever leurs seuils d'imposition. Au cours des prochains mois, le gouvernement du Québec débutera ses consultations prébudgétaires. Pour vous permettre de répondre à la demande, nous croyons que le gouvernement devrait également envisager de défiscaliser les heures supplémentaires pour notre secteur d'activité, le temps que se résorbe l'importante pénurie de main-d'œuvre actuelle. Ainsi, vos employés qui accepteraient de travailler plus d'heures seraient non seulement payés pour cela, mais bénéficieraient également d'un crédit fiscal sur ces heures. À la clé, un service bonifié à la clientèle et davantage d'argent circulant dans l'économie du Québec.

HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM ▾

Juste avant de mettre sous presse, le ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité, Jean Boulet, vient d'annoncer une hausse de 0,60 $ du salaire minimum passant de 12,50 $ à 13,10 $. Cette hausse de 4,8 % sera effective à partir du 1er mai 2020.

Une bonne intention pour les salariés à l'entrée, mais cette hausse s'ajoute à d'autres hausses marquées dans les dernières années et elle vient diminuer le peu de marge de manœuvre pour maintenir vos employés expérimentés. Cela fait des années que nous demandons de la prévisibilité et surtout des mesures d'atténuation et d'accompagnement. Espérons que le gouvernement sera en mesure d'appuyer notre industrie qui emploie plus de 125 000 Québécois lors du prochain budget.

TABAC

DE NOUVELLES MESURES SUR LE TABAGISME ET LE VAPOTAGE EN 2020 ▾

La ministre de la Santé et des Services sociaux, Danielle McCann, a annoncé la création d'un groupe spécial d'intervention qui doit proposer de nouvelles mesures pour lutter contre le tabagisme et le vapotage. Ce groupe travaillera entre autres sur l'encadrement des saveurs, sur le taux de nicotine permis et sur l'accessibilité des produits de vapotage. Un rapport final contenant des recommandations doit être déposé au plus tard en avril 2020.

Malgré le fait que le gouvernement souhaite étudier des recommandations, il précise que des actions pourront être mises en place avant le dépôt du rapport final.

Selon un article de Tommy Chouinard publié dans La Presse, le gouvernement du Québec s'inspire de la Colombie-Britannique, qui interdira au printemps la vente dans les dépanneurs de cigarettes électroniques aromatisées. Celles-ci seront vendues exclusivement dans des boutiques spécialisées.

Toujours selon l'article, le gouvernement irait plus loin avec une interdiction de la vente libre des cigarettes électroniques aromatisées. Il limiterait ainsi à quelques saveurs les produits, qui seraient désormais offerts en pharmacie et uniquement accessibles sous ordonnance, dans le cadre d'une démarche de renoncement au tabac.

Rappelons qu'en 1998, un jugement de la Cour supérieure a interdit la vente de cigarettes dans les pharmacies. Depuis, les détaillants privés munis d'un permis à cette fin sont les seuls vendeurs autorisés de cigarettes.

AGROALIMENTAIRE

RENCONTRE AVEC L'INSPECTION DU TABAC ▾

En octobre dernier, Pierre-Alexandre Blouin, PDG de l'ADA, et Stéphane Lacasse, directeur des affaires gouvernementales, ont rencontré les représentants de la Direction générale adjointe de la sécurité civile et des affaires institutionnelles du ministère de la Santé et des Services sociaux. Le but de cette rencontre était d'échanger sur nos objectifs communs relativement au respect de la réglementation visant les détaillants de tabac. Nous souhaitons améliorer nos pratiques en magasin, et nous souhaitons également collaborer avec le Ministère pour que nous puissions, ensemble, atteindre le plus haut taux de conformité possible. Nous avons proposé au Ministère de prendre exemple sur Loto-Québec en encourageant les détaillants à faire du renforcement positif auprès du personnel qui applique adéquatement la réglementation.

LE MAPAQ A UN NOUVEAU GRAND PATRON ▾

Le 19 juin dernier, le gouvernement du Québec a nommé à la tête de la MAPAQ René Dufresne, en remplacement de Marc Dion, qui était en poste depuis janvier 2017. Titulaire d'une maîtrise en économie de l'Université Laval, René Dufresne a assumé des fonctions au Secrétariat du Conseil du trésor, au Centre de services partagés du Québec, à la Société d'habitation du Québec, au ministère du Conseil exécutif, au ministère des Ressources naturelles et de la Faune, ainsi qu'au ministère des Finances. Avant sa nomination, il était président-directeur général de la Société du Plan Nord.

Le 6 novembre dernier, nous avons eu l'occasion de rencontrer monsieur Dufresne. Celui-ci était accompagné de Marie-Odile Koch, secrétaire générale du Ministère. En plus de lui présenter notre association et notre mission, nous avons pu lui parler de vos enjeux quotidiens. Il s'agissait essentiellement d'une première rencontre d'information. Nous avons apprécié son ouverture, son écoute et son offre de collaboration pour appuyer notre secteur d'activité.

NOUVEAU LOGO POUR ALIMENTS DU QUÉBEC ▾

L'aviez-vous remarqué? Aliments du Québec a annoncé une toute nouvelle identité. L'organisme a lancé cet automne une campagne publicitaire présentant aux Québécois sa nouvelle signature. Ce logo, épuré et plus facile à inscrire sur les produits, se décline sous quatre formes : Aliments du Québec, Aliments du Québec-Bio, Aliments préparés au Québec, Aliments préparé au Québec -Bio.

Dans le but de faire connaître son nouveau logo, Aliments du Québec a organisé deux journées thématiques pour présenter sa démarche et a offert des conférences aux partenaires de l'industrie. Vous pouvez déjà trouver les nouvelles déclinaisons du logo sur différents produits portant la marque de certification. Anciens et nouveaux logos cohabiteront sur les rayons jusqu'à écoulement des stocks.

À LA MÉMOIRE DE

L'ADA désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis des personnes décédées.

RAYMOND DROUIN
1941 - 2019

Nous l'honorions il y a 8 ans au Temple de la renommée ADA, et nous sommes au regret d'apprendre qu'un grand monsieur nous a quitté en novembre dernier.

Monsieur Drouin était un homme exceptionnel de par différentes manières. Il était très présent pour ses employés, sa famille et ses clients. Raymond Drouin était une personne heureuse et paisible, on le reconnaissait surtout pour son sourire franc qu'il a sur chaque photo de lui. En plus de s'investir dans son métier, il était impliqué dans diverses associations, un très bel exemple à suivre.

Avec cette tribune, l'ADA souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont partis trop vite. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage et nous partagerons la triste nouvelle.

Écrivez nous à : **info@adaq.qc.ca**

RETOUR COCKTAIL SMF UNE BELLE RÉUSSITE!

Le 12 septembre 2019, la section des membres fournisseurs (SMF) de l'ADA avait donné rendez-vous aux détaillants et aux fournisseurs membres pour un cocktail de réseautage, formule créée en 2018, qui rencontre depuis un franc succès!

Nous étions nombreux à nous réunir pour partager un moment convivial et d'apprentissage avec les deux conférences qui ont eu lieu. En première partie, Julie Laurin, directrice de recrutement chez St-Amour, nous montrait comment sortir du lot dans le monde du travail. En seconde partie, nous avons accueilli Stéphane Simard, conférencier en ressources humaines, qui a réussi à faire changer notre vision des différences générationnelles dans la vie et au travail.

L'équipe de l'ADA et les membres de la SMF remercient les détaillants et les fournisseurs ainsi que les commanditaires d'avoir été présents en si grand nombre à la salle Oasis Surf!

MERCI À NOS COMMANDITAIRES

SLEEMAN · ARTERRA · AGROPUR Coopérative laitière · HED Courtier en Assurance Inc. · High Liner · MAPLE LEAF

Vous appréciez notre travail?

Devenez membre
détaillant ou fournisseur.
www.adaq.qc.ca

Suivez-nous

Commentez

CONTACTEZ-NOUS
Daniel Choquette
514-262-1691
dchoquette@adaq.qc.ca

COORDONNÉES
2120, rue Sherbrooke Est,
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3

Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

RABAIS DU PATRON

Devenez membre-détaillant pour aussi peu que

10$ par mois*

Être membre de l'ADA, ce n'est pas une dépense, c'est un investissement dans l'avenir de votre commerce. Défendre vos intérêts pendant que vous continuez d'opérer votre magasin en toute quiétude, voilà notre travail!

Pour plus de détails, visitez : **adaq.qc.ca**

MEMBRE-DÉTAILLANT

Formulaire d'adhésion

Retournez ce formulaire par courriel à **lgravel@adaq.qc.ca** ou par télécopieur au **514 849-3021.**
À la réception du formulaire, un représentant vous contactera.

INFORMATIONS GÉNÉRALES

RAISON SOCIALE

ADRESSE | PROVINCE

VILLE | CODE POSTAL

NOM(S) DU (DES) PROPRIÉTAIRE(S)

PROPRIÉTAIRE DEPUIS (ANNÉE) | MAGASIN OUVERT DEPUIS (ANNÉE)

TÉLÉPHONE | CELLULAIRE

TÉLÉCOPIEUR | COURRIEL

AUTRE CONTACT (FACULTATIF)

TITRE

BANNIÈRE

DISTRIBUTEUR

N° DE MAGASIN | SURFACE DE VENTE (PI²)

NOMBRE D'EMPLOYÉS

Temps plein ☐ Temps partiel ☐ Saisonnier ☐

STATION-SERVICE ◯ Oui ◯ Non | BANNIÈRE (STATION-SERVICE)

AGENCE SAQ ◯ Oui ◯ Non | CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (TOTAL)

COTISATION ANNUELLE*

- ◯ Dépanneur — 120$ + tx.
- ◯ Magasin spécialisé — 120$ + tx.
- ◯ Épicerie (moins de 6000 pi²) — 400$ + tx.
- ◯ Épicerie (plus de 6000 pi²) — 550$ + tx.

Renouvellement automatique.

FACTURATION

JE DÉSIRE ACQUITTER MON ADHÉSION DE LA FAÇON SUIVANTE :

- ◯ Chèque ci-joint
- ◯ Facturez-moi
- ◯ Paiement via mon distributeur
- ◯ Carte de crédit (Visa ou Mastercard)

◯ Visa ◯ Mastercard

NOM DU DÉTENTEUR

N° DE CARTE

DATE D'EXPIRATION

SIGNATURE (OBLIGATOIRE)

DATE

(jour, mois, année)

QUESTIONS, PRÉCISIONS ?
Louise Gravel
514-982-0104 poste 231
lgravel@adaq.qc.ca

COORDONNÉES
2120, rue Sherbrooke Est
Bureau 900
Montréal (Québec) H2K 1C3

Association des détaillants en alimentation du Québec

ADAQ.QC.CA

2019/02/12

* Tarif applicable exclusivement aux commerces de petite surface et aux magasins spécialisés.

DEVENEZ MEMBRE DE L'ADA

LES FORMATIONS ADA

L'ADA a conclu une entente avec le CSMOCA pour que ses membres aient accès gratuitement à toutes les formations en ligne. On retrouve plus de 11 formations disponibles (Nous cartons, microbrasseries, commis 101, limitez vos pertes, etc.) Pour vous inscrire, rien de plus simple! Contactez-nous, nous nous ferons un plaisir de vous créer un profil complet sur le site internet du CSMOCA et faire bénéficier vos employés des formations à votre disposition.

Formation ATE plus BOUCHERIE de détail 5268

- L'ADA en partenariat avec le CFP Bel-Avenir offre un DEP en boucherie d'une durée de 900 heures.
- Possibilité de faire une formation totalement rémunérée pour apprendre le métier de boucher.
- Comment ça se passe? 40 % du temps de la formation se fait en entreprise, ce qui permet un développement de compétences avec la culture de l'entreprise et une meilleure rétention.
- Les étudiants sont ainsi prêts directement pour le marché du travail et les recruteurs peuvent automatiquement embaucher leur alternant après la formation. En plus de cela, vous avez droit à des crédits sur vos impôts. C'est gagnant-gagnant!

Partenariat de l'ADA et la Commission scolaire du Chemin-du-Roy

LES SERVICES ADA

LGO Négociations vous propose de renégocier votre contrat actuel, réduire vos coûts fixes d'opération en télécommunications, vous faire économiser temps et argent, service clés en main. Tout ça pour un résultat de **1 250 000 $** d'économies réalisées. Ils sont approuvés par l'ADA, présents partout au Québec et vous font une étude de consommation **GRATUITE**. En bonus, si vous ne faites pas d'économies, vous n'avez pas de frais.

HED a mis en place une offre exclusive pour les membres de l'ADA. Elle comporte de nombreux avantages : vous pouvez faire des économies, choisir parmi différentes options de protection, avoir accès à une intervention immédiate et personnalisée en cas d'urgence ou encore être accompagné de professionnels chevronnés de la gestion des risques, des spécialistes du secteur de l'alimentation.

GoBeep (anciennement Bubbles) offre une solution marketing pour générer des transactions dans vos épiceries et collecter des données clients, notamment des nouveaux abonnés infolettre et des fans Facebook. Cette solution simple et efficace a déjà été adoptée par de nombreux détaillants en alimentation. En plus, elle est garantie sans risque car sa tarification est 100 % à la performance sur les résultats obtenus!

Morneau Shepell réunit, en un guichet unique, une équipe multidisciplinaire offrant une gamme complète de services :

- Santé et sécurité (mutuelle de prévention)
- Planification de retraite (régime de retraite, impact fiscal, rentes collectives, etc.)
- Régime d'assurance collective (contrôle des coûts, couvertures personnalisées, etc.)
- Programme d'aide aux employés et à la famille (services de soutien juridique, financier, etc.)

Major se distingue grâce à sa structure multi-assureurs. Pour chacune de vos couvertures, ils identifient l'assureur qui répond le mieux à vos besoins, au prix le plus avantageux. En plus de vous faire épargner, choisir des assureurs spécialisés par couverture leur permet d'offrir des régimes bonifiés.

Pour plus de détails, contacter Daniel Choquette, Directeur Développement des affaires. | **514 262 1691** | **dchoquette@adaq.qc.ca**

VOTRE MANUEL DE L'EMPLOYÉ EN LIGNE

GRATUIT POUR LES MEMBRES DE L'ADA

Outil développé précisément pour le secteur du **commerce de l'alimentation.** Vous propose un ensemble complet de politiques déjà écrites et adaptées à votre réalité.

☑ Facile à utiliser :

- Choisissez parmi plus de **80 politiques** déjà écrites, celles qui correspondent à votre entreprise
- Adaptez le contenu et le visuel selon vos besoins
- Diffusez votre manuel à vos employés

☑ Bonification du manuel 2019 :

- Légalisation du cannabis à des fins récréatives
- Modifications apportées de la Loi sur les normes du travail : Obligation pour les entreprises de mettre en place une politique sur le harcèlement sexuel et psychologique

Contactez l'équipe du CSMOCA au besoin

CSMOCA.ORG **514-499-1598**

CSMOCA
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation

PARLONS FORMATION

Dans une société en constante évolution, il est inconcevable de stagner. Que nous le voulions ou non, les choses changent très rapidement, et notre secteur suit le rythme. Il est impératif de s'adapter aux réalités actuelles et aux exigences de demain. Le secteur du commerce de l'alimentation participe pleinement à la course, les clients en veulent pour leur argent, leurs goûts se raffinent et les habitudes alimentaires évoluent.

Pour demeurer dans la course, il est primordial de miser sur votre main-d'œuvre. Reconnaître et cibler le potentiel de vos employés est d'une importance capitale.

Il est possible d'offrir des formations adaptées à vos besoins et à vos capacités tant physiques, qu'économiques. La tendance est à la formation en ligne, une forme d'apprentissage qui permet d'offrir des notions de base aux employés qui débutent ou qui souhaitent simplement acquérir de nouvelles connaissances. Ce mode de formation permet également des évaluations afin de mettre en évidence les connaissances acquises et à venir de vos employés.

Le CSMOCA a développé plus de 12 formations en ligne vous permettant de former adéquatement votre personnel. Ces formations en ligne vous sont offertes **GRATUITEMENT** par votre association, contactez l'équipe de l'ADA pour en savoir plus.

Le CSMOCA offre également le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT), une formation adaptée à la réalité de chacun des métiers et offerte sous forme de compagnonnage, où une personne d'expérience transmet ses connais–sances à un apprenti. Comme le nom du programme l'indique, ce mode de formation permet de faire l'apprentissage d'un métier spécialisé en milieu de travail. Les PAMT disponibles sont : boucher/bouchère, poissonnier/poissonnière, boulanger/boulangère et pâtissier/pâtissière.

Vous avez donc à votre portée une tonne d'outils et de formations faciles d'accès pour valoriser, retenir et reconnaître vos employés.

VOUS AVEZ DES QUESTIONS?

L'équipe du CSMOCA est là pour vous aider. N'hésitez pas à communiquer avec nous au 514 499-1598.

Une tonne d'information est égale–ment disponible sur notre site Web : www.csmoca.org.

CSMOCA
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation

Nadine Moranville
Chargée de projets sénior

NOUVEAU!

LGO NÉGOCIATIONS

Nous renégocions vos services de collecte de déchets et de recyclage.

Épargnez sur vos services sans changer de fournisseur!

Téléphonie

Internet

Télévision

Cellulaire

Un appel pourrait vous faire épargner jusqu'à 40 %

Nous renégocions vos contrats de télécommunication et de services de collecte de déchets et de recyclage.

Jonathan Desjardins : 514 570-5959 • jd@lgonegociations.com
www.lgonegociations.com

64e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

MERCI À NOS PARTENAIRES

Provigo[MC] metro Sobeys

arneg CANADA Labatt LOTO QUÉBEC

LE RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE DE L'INDUSTRIE!

Le 64e congrès annuel de l'ADA était encore une fois une réussite. Plus de 400 détaillants, fournisseurs et partenaires se sont donnés rendez-vous les 15, 16 et 17 novembre derniers au Hilton Québec pour fédérer ensemble les détaillants en alimentation du Québec.

Cette année, nous avions vu les choses en grand à l'ADA et les congressistes ont eu la chance de pouvoir participer à trois conférences, un panel et un atelier entre autres, ce dès le vendredi après-midi. Nous prenons un virage franc vers l'information, il est essentiel pour nous que vous ayez toutes les cartes en main pour évoluer au mieux professionnellement.

Les soirées d'ouverture et de gala ont été chacune riche en émotions, avec d'un côté la remise de prix aux gagnants du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* et de l'autre les histoires émouvantes des intronisés au Temple de la renommée (détaillants et fournisseur). Comme les années précédentes, les fournisseurs ont aussi su saisir l'opportunité et se battre pour gagner le Défi des fournisseurs, un moment toujours très apprécié.

MOLSON Coors
La Petite Bretonne
HED | Courtier en assurance
SLEEMAN
Bonduelle La nature, notre futur
Beau-soir Bannière de Beaudry & Cadrin inc.
MAJOR
LES SERVICES SAQ ALIMENTATION
Coca-Cola
Saputo
Le porc du Québec
AGROPUR Coopérative laitière
PINTY'S
Bellucci
intellinox
MORNEAU SHEPELL
SIAL Canada L'INSPIRATION ALIMENTAIRE
Kruger Products Produits
Lassonde
le dindon du Québec
Old Dutch QUALITY LIVES HERE ICI RÈGNE LA QUALITÉ
consigneco
BURNBRAE FARMS·FERMES
Environnement et Changement climatique Canada
Environment and Climate Change Canada

CONFÉRENCES

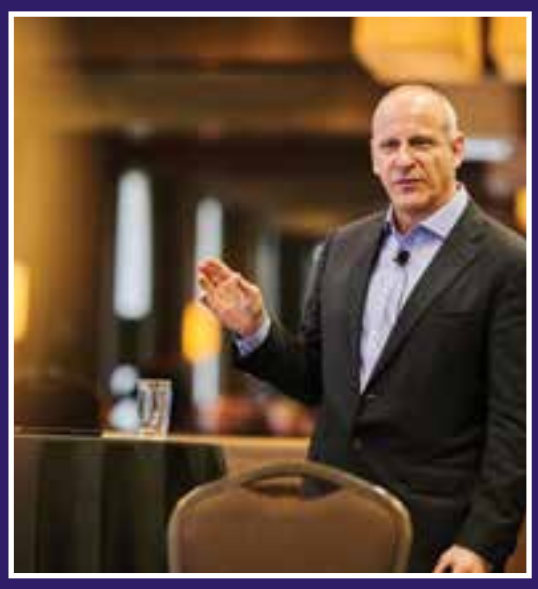
Cette année, les congressistes ont pu assister à trois conférences portant sur des enjeux qui les concernent. Ils ont été informés sur les tendances en environnement dont l'écoconception des divers types d'emballage, sur les meilleurs concepts de magasins, les nouvelles réalités de leurs clients et sur l'importance de mieux comprendre ses clients pour développer une approche plus personnalisée et plus efficace.

Apprendre des meilleurs concepts de magasins aux États-Unis

Animée par Neil Stern

Neil Stern a illustré différents concepts de magasins d'avenir. Les avancées technologiques seront au cœur des choix d'avenir des prochains magasins. Lors de sa présentation, M. Stern a présenté plusieurs technologies utilisées par les détaillants pour améliorer l'expérience en magasin. Surtout, il a démontré que le nombre de visites chez les moins de 44 ans diminue drastiquement depuis une dizaine d'années. Par exemple, les gens peuvent passer des commandes en ligne dans des dépanneurs comme 7-Eleven, scanner des codes-barres et payer directement, des commerces automatisés, sans aucun employé, etc. Les participants ont été impressionnés et surpris des innovations possibles.

Pour plus de détails : **www.mcmillandoolittle.com**



Emballage : l'écoconception pour minimiser ses impacts environnementaux

Animée par Gabriel Caron

Gabriel Caron est venu nous expliquer les défis d'aujourd'hui en termes d'emballage et la perception de plusieurs consommateurs. Il a démontré que l'écoconception est l'avenir de l'emballage. Le principe d'écoconception est de concevoir ou adapter un produit en prenant en compte les impacts environnementaux qu'il aura tout au long de son cycle de vie. À première vue, l'utilisation d'une pellicule plastique sur un concombre anglais peut sembler un mauvais choix. En sachant que sa durée de vie augmente considérablement avec cette pellicule, celle-ci dont de réduire, globalement, son impact environnemental.

Pour plus de détails : **www.itega.ca**

Améliorer l'expérience client

Animée par Riadh Ladhari

Par le passé, le commerce du détail ne s'intéressait pas vraiment aux spécificités du client et aux différents types de consommateurs. Riadh Ladhari est venu expliquer aux congressistes qu'il faut s'attarder aux besoins particuliers du client. Il ne faut pas hésiter à sonder plus activement l'expérience du consommateur dans nos magasins. Il ne faut pas simplement offrir des produits et croire que le client va automatiquement revenir. Il faut s'assurer qu'il va vivre une expérience positive dans nos magasins. Par exemple, un commerce avec des odeurs intéressantes (pain frais, fleurs, etc.) permet aux clients d'avoir une expérience positive. Il aura plus tendance à revenir.

Pour plus de détails : **www4.fsa.ulaval.ca/enseignant/riadh-ladhari**

PANEL

Le monde des protéines en transformation

Animé par Francis Parisien, François Cardinal, François Cantin et Patrick Pinard

Les protéines végétales basculent le secteur alimentaire. Malgré le « buzz » de la dernière année, les parts de marchés des protéines végétales sont encore minces. Chaque panéliste a expliqué, dans son secteur, les nouvelles tendances. Accompagné d'une présentation en chiffres, ils sont venus démontrer que les consommateurs varient davantage leurs achats. Les clients sont plus sensibles à la qualité des aliments qu'ils achètent, autant du côté de la protéine végétale que de la protéine animale. Après tout, ce sont eux qui ont le dernier mot, non?

Pour plus de détails : **www.nielsen.com**

ATELIER

Prévisions des saveurs

Animé par Danny St-Pierre

Cet atelier, proposé par McComick et animé par le chef québécois Danny St-Pierre a permis aux participants de voir les prochaines tendances en termes de saveurs. En plus de goûter à certains produits, ils ont pu constater une place grandissante dans le marché des graines de basilic, de lotus, de chanvre, etc. Plusieurs ont été surpris par le goût et les nombres possibilités qu'offrent ses nouveaux aliments, souvent encore méconnus.

Pour plus de détails : **www.mccormick.com/flavor-forecast-2020**

MOMENTS FORTS DU CONGRÈS

TEMPLE DE LA RENOMMÉE 2019

Le Temple de la renommée de l'ADA vise à reconnaître les individus qui, au fil du temps, se sont démarqués au sein de l'industrie alimentaire québécoise. C'est un honneur que l'on a de pouvoir rendre hommage à ces bâtisseurs qui se sont dévoués corps et âmes durant de nombreuses années. Ces derniers sont sélectionnés par leurs pairs, pour leur sens aigu des affaires, leur capacité à innover et leurs normes de qualité supérieure.

De gauche à droite

André Forget (Président de l'ADA), **François Roberge** (détaillant), **Bruno et Luc Lambert** (détaillants), **Serge Bohec** (fournisseur), **Raymond Proulx** (détaillant), **Marcel Laroche** (détaillant) et **Pierre-Alexandre Blouin** (PDG de l'ADA)

Serge Bohec
La Petite Bretonne

Bruno et Luc Lambert
Les Marchés Lambert et frères inc. (IGA)

Raymond Proulx
Marchand provigo, Montréal-Nord

François Roberge
Marché Richelieu, Sillery et Breakyville

Marcel Laroche
Metro Laroche, Laurier-Station

VOYAGE ADA À SIAL PARIS

Vous avez certainement déjà entendu parler de SIAL Paris.

C'est le rendez-vous mondial de l'innovation alimentaire pour faire le plein d'idées avec plus de 7 200 exposants venus de 119 pays. Vous rêvez de le visiter pour la première fois ou encore d'y retourner? En octobre 2020, joignez-vous à la délégation des membres de l'ADA, c'est une opportunité à ne pas manquer!

du 17 au 23 octobre 2020

Une aubaine à seulement
1915$ / personne en occupation double.

L'objectif principal est évidemment de profiter au maximum de ce grand salon combinant tendances, conférences et technologie, c'est pourquoi notre forfait inclut l'accès au salon, transport et hébergement pour l'ensemble du séjour, mais ce n'est pas tout...

Date limite d'inscription : 12 mars 2020
Pour toute question ou pour obtenir le formulaire d'inscription, contactez Catherine Séguin au **514-982-0104 poste 230** ou **cseguin@adaq.qc.ca**

Un hôtel en plein cœur de Paris

À deux pas de la Tour Eiffel et du Trocadéro, le Mercure Paris Centre Tour Eiffel est le point de départ idéal pour une découverte de Paris à pied. À 2 minutes de marche de la station de métro Bir Hakeim, il vous sera facile de vous déplacer en transport en commun. L'hôtel dispose d'une belle terrasse et d'un restaurant, le Quinze T, servant une cuisine française traditionnelle et des vins soigneusement sélectionnés.

Des visites de magasins

Une visite sur Paris ne serait pas complète sans une petite tournée des meilleurs concepts de commerces alimentaires français. On pense bien-sûr au concept drive ou vrac dont raffolent les français, aux hypers tels que Leclerc ou Carrefour devenus leaders mondiaux et les versions de quartier My Auchan ou Carrefour City, mais également la gastronomie et le terroir français dans toute sa splendeur dans ses petites boutiques spécialisées comme ci-contre dans l'une des succursales de l'épicerie Causses.

Souper avec vue

La dernière soirée à Paris sera soulignée par un souper d'adieux avec toute la délégation de l'ADA. Situé en plein cœur de Paris, sur le toit du Centre Georges Pompidou, le Restaurant Georges offre une vue imprenable et panoramique sur la capitale et ses plus grands monuments. Que l'on soit en terrasse ou sous la verrière, on profite à loisir du coucher du soleil et des lumières de Paris.

Horaire préliminaire

JOUR 1

17 octobre – MONTRÉAL - PARIS

- Rendez-vous des participants à l'aéroport de Montréal Trudeau, puis envol en direction de Paris.
- Souper et nuit à bord.

JOUR 2

18 octobre – ARRIVÉE À PARIS

- Arrivée à Paris en matinée, vous serez transférés en autocar en direction de votre hôtel.
- Journée libre pour faire une découverte de Paris à votre rythme.

JOUR 3

19 octobre – SALON SIAL PARIS

- Déjeuner à votre hôtel.
- Transfert en autocar pour le groupe vers le Salon SIAL au Parc des Expositions de Villepinte avec un retour en après-midi.
- Diner et souper libres.

JOUR 4

20 octobre – SALON SIAL PARIS / JOURNÉE LIBRE

- Déjeuner à votre hôtel.
- Pour ceux qui le désirent, possibilité de retourner au Salon SIAL de façon individuelle en transport en commun ou journées libres pour une découverte de Paris et des environs.
- Dîner et souper libres.

JOUR 5

21 octobre – VISITES DE COMMERCES

- Déjeuner à votre hôtel.
- Vers 8h30 départ en autocar de votre hôtel pour différentes visites de commerces alimentaires à Paris et dans la région parisienne. Retour à votre hôtel vers 17h00.
- Diner et souper libres.

JOUR 6

22 octobre – SALON SIAL PARIS / JOURNÉE LIBRE

- Pour ceux qui le désirent, possibilité de retourner au Salon SIAL de façon individuelle en transport en commun ou journées libres pour une découverte de Paris et des environs.
- Dîner libre.
- Souper d'adieu au restaurant Georges.

JOUR 7

23 octobre : PARIS - MONTRÉAL

- Déjeuner à votre hôtel et transfert vers l'aéroport pour le vol de retour vers Montréal. Arrivée le jour même.

SIAL Paris
INSPIRE FOOD BUSINESS

CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier !*

LES NOMS DES GAGNANTS ENFIN DÉVOILÉS!

On tient avant tout à remercier tous les participants du concours.
Vous avez su une fois de plus nous étonner avec des projets uniques.
Après des mois de suspense, voici les noms des gagnants de l'édition 2019 :

PETITE ET MOYENNE SURFACE

Épicerie Amyro (Noelle-Émilie Gagné) et **Microbrasserie coopérative La Chasse pinte** (Mathieu Boily) avec la fondue au fromage à la bière la peau de lièvre

Comme le produit était nouveau pour tous, Noëlle-Émilie a mis une affiche visible devant le produit avec l'indication du concours et la description du produit. La fondue au fromage est sur le menu du restaurant le Bistro de l'Anse, qui se trouve juste à côté du commerce, alors les clients se régalaient avec le produit et les employés du restaurant les envoyaient au magasin pour venir s'en acheter. L'épicerie Amyro est le plus gros acheteur de la microbrasserie La Chasse Pinte au niveau de la bière, c'est donc naturellement qu'ils se sont tournés vers eux pour participer au concours. On peut voir par nous-même qu'il existe une belle complicité entre les deux entreprises. En bonus au concours, la brasserie ne devait pas refaire le produit et au vu des résultats obtenus elle a dû en reproduire.

PRODUIT RÉGIONAL

Provigo Robert Desrochers (Bruno Desrochers) et **Miel Morand** (Serge Morand) avec l'hydromel Le Vol Nuptial

Le Provigo Robert Desrochers et Miel Morand ont vu les choses en grand lors de leur participation au concours. Tout d'abord, ils proposaient une dégustation à chaque semaine du mois d'août. Étant donné que c'est un produit de luxe, ils n'ont pas souhaité faire de show d'ampleur mais plutôt deux grosses activités et du marchandisage croisé. Lors des activités : trois membres de la compagnie Miel Morand sont venus avec l'habit complet d'apiculteur expliquer le fonctionnement d'une ruche avec de vraies abeilles ; il fallait que le client trouve la reine, il y avait aussi une ruche explicative avec des panneaux montrant les étapes de fabrication. Tout cela avec les vrais accessoires d'apiculteur. Pendant ce temps-là, deux mini apiculteurs posaient des questions aux clients, si ces derniers donnaient une réponse, les enfants leur donnaient un échantillon de miel gratuit et les redirigeaient au kiosque de dégustation d'Hydromel. À leur grande surprise, l'activité de la ruche d'observation où il fallait trouver la reine qui était destiné au départ aux enfants a été aussi très populaire auprès des adultes.

GRANDE SURFACE

IGA Marché Lambert Chambly (Jessy Vézina) et **Les éleveurs de volailles du Québec** (Monique Daigneault) avec le Dindon du Québec

Au IGA Marché Lambert Chambly, le mois d'août a aussi été très (très) mouvementé, pas moins de sept activités différentes en trente jours! Tous les week-ends une dégustation différente était offerte, on pouvait goûter des burgers de dindon façon mexicaine ou encore des brochettes de dindon grillé au yogourt épicé. En plus de cela, les deux partenaires ont mis en place de nombreuses activités telles que des dessins de dindons pour les enfants ou encore la venue de Jimmy Sévigny. Un des moments phare du concours pour cette équipe fut la présence d'un éleveur de dindons devant le commerce avec ses volailles, un questionnaire était donné aux clients et ils pouvaient gagner un certificat cadeau de 100 $. À cela, on ajoute un concours du 2 au 31 août avec un gagnant chaque semaine.

Découvrez les projets des gagnants en vidéos sur **concoursalimentsduquebec.com**

DÉFI DES
FOURNISSEURS ADA

Présenté par
HED Courtier en Assurance

CETTE ANNÉE ENCORE, LE DÉFI DES FOURNISSEURS A EU UN SUCCÈS FOU!

10 entreprises ont eu l'opportunité de présenter leur concept innovant à plus de 100 participants lors du congrès annuel de l'ADA. Avec ce concours, nous souhaitons souligner le travail incroyable qu'effectuent nos membres fournisseurs en leur offrant une vitrine de choix. Le 16 novembre dernier, nous avons donné rendez-vous à 10 entreprises qui devaient participer à des séances de rencontres express (5 minutes) devant des groupes d'une dizaine de personnes. Les entreprises concurrentes devaient vendre au mieux leur concept innovant en peu de temps et enfin les participants votaient à la fin pour le speech qui les a le plus intéressé.

ALIMENTS
PASTA-MER
FOODS

Captain Gourmet

GRAND GAGNANT : ALIMENTS PASTA-MER AVEC LE BEURRE AUX ALGUES

Le 16 novembre dernier, nous avons eu la chance de rencontrer Antoine Chatel, président d'Aliments Pasta-Mer et Doug Filion, son bras droit. Ils sont venus au Défi des fournisseurs ADA avec une idée en tête : être le plus innovant pour une alimentation plus saine.

Les Aliments Pasta-Mer sont spécialisées depuis 1986 dans la fabrication de plats préparés sur-mesure à base de fruits de mer mais aussi de beurres assaisonnés.

La compagnie est accréditée MAPAQ, CFIA, Aliments préparés au Québec et est aussi certifiée HACCP, GFSI-SQF pour être à la pointe en termes de salubrité ainsi que de qualité.

Toujours plus près de ses clients, l'innovation est au cœur de sa stratégie pour offrir des produits de qualité à des prix les plus justes. Un laboratoire de recherche et de développement à la pointe ainsi qu'une équipe passionnée crée de délicieux mets préparés pour le plus grand bonheur de vos papilles.

La nouvelle marque *Captain Gourmet* est venue compléter la famille d'Aliments Pasta-Mer Inc. Avec cette dernière, vous allez voyager autour du globe à la recherche de nouvelles saveurs. C'est ça l'esprit *Captain Gourmet!* Découvrir de fabuleux mets de qualité avec du goût tout en améliorant les valeurs nutritives et « mieux manger » pour « mieux être » dans le but de « prendre soin de vous ».

Le premier voyage du *Captain Gourmet* commence sur les côtes Québécoises en Gaspésie avec un beurre aux Algues.

La recette de leur réussite?

Laissez-vous simplement tenter par une noix de beurre aux Algues et vous serez vous aussi conquis!

Vous pouvez le déguster sur un toast accompagné (ou non) d'un bon plateau de fruits de mer ou encore avec de la viande. Les Aliments Pasta-Mer mettent un point d'honneur à ce que leurs produits soient les plus naturels possibles, tous les ingrédients le sont et surtout il n'y aucun ajout de sodium.

D'où vous est venue l'idée?

« Mes différents voyages autour du monde et ma passion pour la gastronomie m'ont amené à toujours vouloir découvrir de nouvelles épices, de nouveaux produits ainsi que les traditions culinaires des différentes civilisations, voilà ce qui m'a amené à créer *Captain Gourmet*.

Dans une ère d'alimentation plus saine, je me suis fait un devoir de développer un produit d'accompagnement sans sodium rajouté et sans éteindre la flamme des papilles. Voilà d'où est né mon beurre aux Algues ».

Pour communiquer avec l'entreprise
info@pmfoods.ca
514 636-0555
www.pmfoods.ca

ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les Éleveurs de volaille du Québec : La tournée du dindon du Québec

Leur objectif est de « mettre le dindon en bouche ». Suite à leur participation au concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*, les éleveurs de volailles veulent en faire plus et organiser un Tournée 2020 afin de promouvoir cette viande encore trop méconnue du grand public avec des stratégies de mise en marché originales.

Agropur : Iögo Nanö, le fromage Mozzarella à dérouler

Iögo Nanö, le fromage Mozzarella est le premier fromage à dérouler qui développe l'autonomie alimentaire chez l'enfant de façon ludique. Ce fromage est aussi amusant à dérouler qu'à manger. Il est fait avec des ingrédients naturels, il est sans colorant, sans arôme artificiel et sans agent de conservation. Il a un goût très doux qui sait plaire tant aux parents qu'aux enfants!

Boulangerie Maguire : Des nouveaux emballages du Chef Frankie

Le projet des nouveaux emballages Chef Frankie est innovant, car désormais le consommateur comprend, en un seul coup d'œil, les attributs de leurs produits ainsi que leurs valeurs ajoutées. Ils ont développé des visuels d'emballages attrayants qui allaient mettre en évidence, avec l'aide de pictogrammes, leurs attributs.

Brasserie Labatt : Corona, un monde meilleur

En 2019, Labatt s'est engagé à réduire la quantité de plastique jetée chaque année et à être impliquée pour rendre notre environnement plus sain en établissant le concept de monde meilleur comme pilier d'une de ses principales marques : Corona. Labatt a pris des actions concrètes pour s'engager directement dans la réduction d'un fléau omniprésent dans le marché actuel au Québec : la consommation de plastique à usage unique à travers différentes actions.

Saint-Justin : Eau minérale naturelle aromatisée au concombre et fines herbes

Le défi a été de développer un arôme qui n'existait pas déjà sur le marché, dans cette catégorie. Le fait d'avoir trouvé les herbes pouvant se marier au concombre constitue une innovation en soi. Ce qui rend cet arôme innovant est le fait d'avoir mélangé des fines herbes judicieusement choisies au concombre pour en faire un produit au goût unique et qui se démarque nettement des arômes classiques que l'on retrouve habituellement dans les eaux.

Saveurs Balatti : Pâte à crêpe et pancake prête à cuire

L'aspect novateur de se produit est le produit en soi. Il s'agit une pâte à crêpe et pancake naturelle qui à 21 jours de durée de vie au réfrigérateur. C'est en utilisant la technologie de haute pression hydrostatique (HPP) utilisé pour la conservation des jus pressé à froid qu'ils ont pu élaborer leur produit final après plus de 300 essais. Ce qui les démarque? Le produit n'a pas besoin d'être congelé pour sa conservation, il est frais et prêt à cuire.

Voghel : Valorisation des déchets alimentaires par déshydratation thermique

L'innovation de ce projet repose sur une technologie qui, par déshydratation thermique, transforme en poudre de compost les déchets alimentaires provenant d'épiceries, restaurants, institutions, fabricants de produits alimentaires, entraînant une réduction de 75 à 80 % de la quantité initiale.

Les Brasseries Sleeman : Unibroue Autre Chose

Autre chose est le nom de la nouvelle lignée de bières créée par Unibroue. La première bière de la gamme Autre Chose est une IPA à la pêche, houblonnée à froid, non-refermentée.

Les consommateurs pourront s'attendre à 1 ou 2 nouveautés par année, certaines en rotation de plus courte durée, certaines seront permanentes et resteront sur les tablettes plus longtemps.

Bubbles : « Drive-to-Purchase »

Bubbles offre aux détaillants alimentaires une solution de marketing numérique clé-en-main pour générer de l'achalandage et des ventes dans leurs épiceries et collecter des données clients. C'est innovant, car cela permet une mesure fiable et transparente des résultats, ne requiert aucune intégration technologique au système de caisse et le modèle tarifaire est 100 % à la performance.

SIAL Canada
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

SET Canada
L'INSPIRATION TECHNOLOGIQUE

Le SIAL Canada et la Foodtech : La prochaine frontière de l'innovation.

Les organisations de produits de détail et de biens de consommation entrent dans une nouvelle phase d'innovation technologique, au cœur de laquelle se trouve l'automatisation intelligente. Du réacheminement automatique des livraisons à des services en magasin basés sur l'analyse des expressions faciales du client, cette révolution offre une multitude de possibilités auparavant inimaginables. **Sensible aux problématiques qu'implique la Foodtech, le SIAL Canada fait de cette mutation une priorité pour l'édition 2020.** Les différents contenus (conférences et activités) offerts sur le salon vous aideront à répondre à ces problématiques. A l'image de la conférence présentée par IBM : « La prochaine frontière de l'innovation » dont le synopsis est le suivant : « Nos recherches les plus récentes démontrent que deux détaillants sur cinq utilisent d'ores et déjà l'automatisation intelligente, et ce chiffre est sur le point de doubler au cours des trois prochaines années. Il semble que les futures applications dirigées par l'intelligence artificielle seront bien plus complètes que ce que de nombreuses entreprises de produits de détail et de biens de consommation imaginent à l'heure actuelle. »

Quelques chiffres :

1 200
exposants attendus en 2020

50 %
d'exposants internationaux venant de 50+ pays

50 %
d'exposants canadiens
10 provinces représentées

95 %*
des exposants déclarent que le SIAL Canada est leur salon prioritaire

*Source : Enquêtes exposants 2018

Le SIAL Canada, salon international de l'alimentation, regroupe une offre alimentaire mais aussi une offre d'équipement : **le SET Canada.** Il est le seul salon en Amérique du Nord qui est divisé par secteurs.

Sur ce plan unique, 4 espaces sont dédiés aux équipements et aux technologies. Parmi eux :

- **SET emballage et transformation**
- **SET chaine d'approvisionnement**
- **SET MAG**
- **SET HRI**

Ils sont déjà inscrits pour l'édition 2020 du SIAL Canada :

QU'ATTENDEZ-VOUS POUR REJOINDRE VOS PAIRES ?

BIZERBA

FORGESTIK

L'intelligence artificielle au service des détaillants

Si l'augmentation des ventes et l'amélioration de l'expérience client est un défi quotidien et un incontournable pour les détaillants, le manque de main d'oeuvre persiste. Dans ce contexte inédit, les mutations technologiques liées au secteur de l'alimentation semblent apporter des solutions sans précédent. Intelligence artificielle, nuage informatique, blockchain… Le SIAL Canada a souhaité solliciter l'expertise d'IBM, en la personne de Frank Noto, partenaire associé chez IBM Canada, pour comprendre les enjeux liés à l'intelligence artificielle chez les détaillants.

Pour rappel, l'intelligence artificielle (IA) est « l'ensemble des théories et des techniques mises en oeuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ». Elle correspond donc à un ensemble de concepts et de technologies plus qu'à une discipline autonome constituée, selon IBM.

Les principaux secteurs dans lesquels l'IA est utilisée sont : la planification de la chaîne logistique, la prévision de la demande et l'intelligence client.

SIAL Canada :
Comment les technologies peuvent-elles aider les détaillants à assurer un meilleur fonctionnement de leurs activités ?

FN : Dans le cadre d'une profonde transformation numérique, je pense que nous sommes face à une réticence des détaillants.

C'est en observant nos clients que nous avons constaté que l'utilisation de l'IA (et autres technologies associées) ont un impact accentué à court et à long terme. Les bénéfices potentiels de l'IA, augmentation des ventes et réduction des coûts, se concentrent principalement sur l'analyse de séries de données conséquentes. Elle permet également l'identification des tendances majeures permettant, entre autre, de prendre de meilleures décisions d'affaires, les justes techniques de commande et de promotion, les bons itinéraires de livraisons, la personnalisation des communications….

Selon votre expérience, quels sont les principaux défis auxquels les détaillants doivent faire face au moment de l'adoption d'un nouveau programme ?

FN : Selon moi, il s'agit de sa capacité à intégrer le nouveau programme aux systèmes technologiques existants. La multiplicité des canaux de communication entre clients et détaillants génère une quantité colossale de données. Cela implique un nouveau besoin : celui d'une technologie de gestion et d'intégration de ces données au système existant. Une démarche qui peut sembler décourageante.

Pourtant, une fois l'intégration réussie, c'est une expérience omnicanale sans précédent qui est offerte aux clients, un argument clé dans un souci constant de fidélisation.

Si vous aviez un conseil à donner à un détaillant qui souhaite se démarquer, quel serait-il ?

FN : Bien que de nombreux détaillant soient précurseurs et tentent d'apprivoiser l'IA au sein de leur organisation, la prochaine étape consiste à intégrer des programmes prêts pour la production. Un détaillant devrait commencer dans les secteurs où il dispose de séries de données riches et investir rapidement afin de prendre une longueur d'avance sur la concurrence.

Les principaux secteurs dans lesquels l'IA est utilisée sont : la planification de la chaîne logistique, la prévision de la demande et l'intelligence client. Je conseillerais à un détaillant souhaitant se distinguer, un plein investissement. Passer du « mode pilote » au « mode de pleine production » dans au moins deux de ces trois secteurs et cela en moins de douze mois.

En conclusion, la recette gagnante est de se procurer la technologie adaptée, acquérir les compétences et ressources adéquates pour ainsi soutenir une culture ouverte au changement.

Foodtech : une tendance du SIAL & SET Canada 2020 !

Réservez votre badge !

SIAL Canada
15 au 17 Avril 2020 au Palais des Congrès de Montréal.

OBTENEZ 50 % DE RÉDUCTION
SUR VOTRE BADGE !

avec le code promo
2020SIALRADAR
sialcanada.com/register

AVIS DE NOMINA

NOMINATION DE M. MARC PINSONNEAULT À TITRE DE DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ARNEG CANADA INC.

M. Pinsonneault possède plus de trente ans d'expérience dans le domaine de la fabrication de comptoirs réfrigérés et plus de vingt ans à titre de gestionnaire au sein de l'entreprise. M. Pinsonneault a débuté en gestion à titre de directeur du service à la clientèle et il a ensuite occupé le titre de directeur et de vice-président aux départements des ventes.

arneg CANADA

NOMINATION DE M. STÉPHANE CLÉMENT À TITRE DE DIRECTEUR DES VENTES D'ARNEG CANADA INC.

M. Clément possède plus de vingt ans d'expérience dans le domaine de la fabrication de comptoirs réfrigérés et plus de quinze ans à titre de gestionnaire au sein de l'entreprise. M. Clément a débuté à titre de directeur de production et il ensuite occupé le poste de directeur du département des achats. Depuis quelques années, M. Clément agissait à titre de représentant pour les supermarchés indépendants.

arneg CANADA

NOMINATION DE M. ÉMILE CORDEAU À TITRE DE CHEF DE LA DIRECTION D'AGROPUR COOPÉRATIVE

Devant de nouvelles opportunités qui s'offraient à M. Cordeau, Agropur a pris la décision d'accélérer son plan de relève. Ainsi, M. Robert Coallier a annoncé qu'il prendrait sa retraite de l'entreprise le 31 décembre 2019. Cette décision a permis de donner à M. Cordeau tout l'appui nécessaire dans ses nouvelles fonctions et d'assurer une transition fluide.

Depuis qu'il a rejoint les rangs d'Agropur en 2013, M. Cordeau a occupé plusieurs postes, dont tout récemment celui de vice-président principal et chef de la direction financière, jouant ainsi un rôle clé dans le développement de l'entreprise. Son talent et son leadership ont été reconnus tant dans l'entreprise que dans la communauté d'affaires.

AGROPUR Coopérative laitiè

ATION

NOMINATION DE M. JEAN-MARC FORTIN À TITRE DE CHEF DE PROJETS, DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DU QUÉBEC CHEZ PROVIGO

Dans le cadre de ses fonctions, il aura, entre autres, comme mandat de veiller au développement et à l'optimisation de l'offre de produits locaux dans nos magasins, d'identifier les opportunités d'affaires liées à l'approvisionnement local et d'accompagner les fournisseurs d'ici dans leurs démarches avec l'entreprise et les différentes unités d'affaires.

Monsieur Fortin a occupé divers postes au sein de Provigo dans le passé, tant au niveau des opérations en magasin que de la mise en marché, pour ensuite entreprendre et mener une belle carrière d'avocat en droit du travail. Désireux de retourner à sa première passion, il est revenu dans l'équipe Provigo en 2017 en tant que codirecteur et a vite été promu au poste de directeur au Provigo Le Marché de Longueuil. Il détient un diplôme d'études supérieures en Gestion et est aussi membre du Barreau du Québec et de l'Ordre des conseillers en ressources humaines. Sa passion pour le client, sa profonde connaissance de notre industrie, de même que ses aptitudes en gestion seront de précieux atouts pour l'entreprise. Les personnes intéressées à communiquer avec Jean-Marc Fortin peuvent le faire par courriel à jean-marc.fortin@loblaw.ca

Provigo

MAJOR

Association des détaillants en alimentation du Québec

La solution Major

Les avantages du régime associatif pour l'ADA

1. Permet à chaque détaillant, quelle que soit sa taille, de **bénéficier** d'un régime d'assurances collectives

2. Profiter de la force du nombre pour **diminuer** les frais d'administration

3. Bénéficier d'un administrateur de régime qui comprend les réalités organisationnelles de vos détaillants

« Groupe Major a été un partenaire à l'écoute permettant la mise en place d'un plan novateur sur mesure et flexible pour nos employés. Instaurer un modèle multiassureurs a réduit nos coûts sans monopoliser nos ressources. »

Ghislaine Grenier, DRH Airbus

- Système multi-assureurs : les meilleures protections au meilleur prix.
- Accès et cartes des participants personnalisés peu importe l'assureur.
- Frais d'administration moins élevés.
- Coûts de renouvellements moins élevés et simplicité de gestion.

1-877-777-2055

groupemajor.ca

PRIX DE MAÎTRE MARCHANDISEUR

CHG FCEI

EN RECONNAISSANCE DU MARCHANDISAGE CRÉATIF DANS LE SECTEUR DE L'ÉPICERIE

Qui peut y participer?

Les détaillants doivent être membres de la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI) ou de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA). La participation est **GRATUITE** pour les détaillants **MEMBRES**.

DATE LIMITE DE PARTICIPATION **14 AOÛT 2020**

APPEL À CANDIDATURES

JURY

- Créativité et attrait visuel
- Utilisation efficace des affiches
- Facilité des achats
- Marchandisage croisé efficace
- Conformité du fabricant soutenant le programme

ADMISSIBILITÉ

Présentoirs, promotions et événements de marchandisage organisés entre le **17 AOÛT 2019 et le 14 AOÛT 2020.** Les participations peuvent être soumises à tout moment durant cette période.

PRIX

Petits magasins – jusqu'à 14 999 pi²
Magasins moyens – 15 000 – 24 999 pi²
Grands magasins – plus de 25 000 pi²
La remise des prix aura lieu au dîner de gala du Salon Innovations alimentaires Canada

CHOISISSEZ UNE CATÉGORIE

- CONCOURS INTERNE MULTIMAGASINS
- FABRICANT UNIQUE
- FABRICANT MULTIPLE
- ÉVÉNEMENT THÉMATIQUE
- PRÉSENTOIR PÉRIPHÉRIQUE

Participez à tout moment au concours sur : MASTERMERCHANDISER.CA

FABRICANTS PARTICIPANTS

Lassonde, ACOSTA, ALLEN'S, BURNBRAE FARMS-FERMES, Campbell's, Canada Bread, Coca-Cola, CONAGRA BRANDS, DANONE, General Mills, IRVING CONSUMER PRODUCTS, Kraft Heinz, Kruger Products, LACTALIS CANADA, MAPLE LEAF, McCORMICK, Nestlé Good Food, Good Life Mieux manger. Mieux vivre., Old Dutch, PEPSICO, P&G, Saputo, SMUCKER'S, Tree of Life, Unilever, WESTON FOODS

NOUVELLES DE

L'Association des détaillants en alimentation surveille les tendances des marchés nord-américain et européen. Dans ces pages, nous faisons une synthèse des articles qui ont retenu notre attention. Les points de vue exprimés n'engagent que leurs auteurs ; les articles originaux sont accessibles sur les sites web des médias dans lesquels ils ont été publiés.

BOITE RECETTE COOP, UNE INITIATIVE DE NOS MEMBRES!

Les boîtes «prêt-à-préparer» tentent de conquérir des parts de marché actuellement. Des entreprises comme MissFresh, GoodFood et Cook-It offrent aux consommateurs ce type de repas faciles à préparer. Selon une étude du CEFRIO, seulement 3 % des Québécois ont acheté en ligne ces boîtes repas en 2018. Une donnée intéressante : près de 40 % des répondants ont mentionné que le fait de gagner du temps était leur principale motivation à acheter des boîtes repas.

Voyant cette nouvelle tendance et la demande grandissante chez ses clients, le Magasin IGA Coop de Plessisville a lancé, il y a plus d'un an, la Boîte Recette Coop. Jusqu'à présent, ce projet propose sept semaines de menus concoctés pour les clients, ce qui permet de profiter d'une variation intéressante des recettes proposées. Les clients doivent simplement faire leur commande, sélectionner la livraison ou passer en magasin pour récupérer leur boîte, puis cuisiner leur repas à l'aide de tous les ingrédients pré-proportionnés, et déguster. Le prix par portion se situe entre 8,99 et 12,99 dollars selon la recette et le nombre de portions sélectionnées par le client. De plus, le tout est offert sans obligation d'abonnement ni aucun montant minimum d'achat.

Ce qui est fort intéressant ici, c'est que, en collaboration avec la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec, le projet a été exporté de Plessisville vers d'autres coopératives d'alimentation. En date d'aujourd'hui, la Boîte Recette Coop est offerte dans 10 magasins, et ce nombre tendra à augmenter dans les prochains mois. Cette avenue pourra-t-elle inspirer d'autres détaillants à simplifier la tâche aux clients?

Pour obtenir plus d'information sur le projet, rendez-vous sur **www.boiterecette.coop**

UN PANIER INTELLIGENT DANS VOS MAGASINS?

À l'automne dernier, Sobeys a lancé son premier panier intelligent, le Smart Cart, dans un magasin d'Oakville, près de Toronto. Une technologie révolutionnaire qui permet de scanner les produits achetés et de les inscrire sur le tableau de bord fixé au panier. Le tableau affiche le total des achats qui s'additionnent au cours du magasinage, et permet aux clients de payer directement sur leur panier. À terme, l'objectif est d'offrir la possibilité aux clients de simplement placer leurs articles dans le panier sans avoir à saisir de renseignements ou à balayer les codes à barres, ce qui sera faisable grâce à des mesures de poids sensibles qui seront installées à l'intérieur du panier.

Selon Mathieu Lacoursière, vice-président, soutien à l'exploitation de détail chez Sobeys, « il s'agit [pour nous] d'une façon unique de mettre à l'essai de nouvelles technologies novatrices visant à améliorer l'expérience d'achat des clients et de trouver le moyen de l'optimiser. Ces paniers donneront également plus de temps à nos collègues en magasin pour interagir avec les clients et répondre à leurs questions sur la nourriture et les nouveaux produits. »

Il s'agit d'un projet pilote pour le moment, mais si ce concept donne les résultats escomptés, on peut s'attendre à ce que de nombreux détaillants veuillent se procurer ce panier intelligent.

L'INDUSTRIE

MAPLE LEAF CARBONEUTRE!

Les Aliments Maple Leaf Inc., société établie au Canada, a annoncé une nouvelle approche dans son plan de développement durable, devenant l'une des premières grandes entreprises alimentaires du monde à viser la carboneutralité. Le processus de Maple Leaf repose sur une réduction agressive des émissions de GES, laquelle vise à atteindre les objectifs de l'Accord de Paris sur le climat.

« Il n'y a tout simplement plus de temps à perdre. Le système alimentaire mondial doit changer radicalement si nous voulons nourrir de manière durable une population mondiale croissante. Nous reconnaissons que produire des aliments riches en nutriments nécessite des ressources planétaires vitales, c'est pour cela que nous visons la carboneutralité le plus rapidement possible », a déclaré Michael McCain, président-directeur général de Maple Leaf.

Maple Leaf compte réduire de 50 % son empreinte environnementale d'ici 2025.

OBJECTIF 2025 POUR UNILEVER

Unilever entend repenser ses emballages en plastique dans le but de développer une économie circulaire. L'entreprise travaille, d'une part, à produire moins de plastique en éliminant les emballages problématiques ou inutiles tout en réduisant la quantité de ce matériau dans les emballages. D'ici 2025, tous ses emballages en plastique seront réutilisables, recyclables ou compostables, et 25 % de ceux-ci proviendront de plastique recyclé.

Unilever s'emploiera d'autre part à éliminer le plastique à usage unique pour certains produits, et l'entreprise travaille actuellement à la conception de matériaux de remplacement, de nouveaux formats et de nouveaux modèles commerciaux pour la livraison de ses produits.

UNE MACHINE DISTRIBUTRICE DE CANNETTES DE BIÈRE EN MAGASIN?

Le géant de l'alimentation en France, Carrefour, a lancé cet automne une première machine distributrice de bière dans quelques-uns de ses magasins. Comment cela fonctionne? Fort simple : le client prend une cannette vide ainsi qu'un couvercle puis place les deux éléments au niveau d'une trappe. Le mécanisme déplace ensuite la canette et saisit le couvercle. Le consommateur choisit ensuite parmi deux saveurs en actionnant un levier et récupère son breuvage qu'il pourra déguster à la température de 3 degrés. La partie basse de la machine regroupe deux fûts de bière ; la partie haute, vitrée, permet de voir le système de remplissage de la canette ainsi que l'étape de sa fermeture. Le contenant est d'ailleurs réutilisable pour d'autres remplissages. La machine est sur roulettes, ce qui la rend facilement déplaçable.

Selon le fabricant, le volet entretien a été pris en compte dès la conception du dispositif. Le nettoyage se fait en 10 à 15 minutes, et a été entièrement automatisé. L'employé assigné à l'entretien doit simplement vider le contenant qui récupère la mousse et changer les fûts. En France, le prix d'une cannette est de 2,99 euros (soit environ 4,39 $).

Avec la réduction continue des espaces de vente, est-ce que ce type de machine pourrait arriver dans nos commerces prochainement? Il faudrait d'abord que l'on nous permette de vendre de la bière en fût.

consigneco

consigne 100% recyclée

Les petites, les grosses, les brunes, les blanches et les vertes vous disent un gros merci.

Grâce à votre rôle essentiel dans le système de la consigne, les contenants de bière consignés au Québec sont recyclés à 100 %.

La consigne, c'est payant pour l'environnement.

Téléchargez le guide de tri sur **consigneco.org/detaillants**

Illustration : © Élodie Duhameau

PRIX INNOVATION en alimentation 2019 CTAQ

FÉLICITATIONS

AUX FINALISTES ET LAURÉATS

2019

Partenaires :

Desjardins Entreprises
Banque Nationale
IQ Investissement Québec
Québec
nielsen

LAURÉATS

Catégorie Produits nouveaux ou améliorés

Alcools distillés
A Distillerie Noroi pour sa Liqueur à l'orange

Boissons alcooliques fermentées
B Le Bilboquet microbrasserie pour sa Bière Indice UV - Sour IPA

Chocolats, collations, desserts et confiseries
C GoGo Quinoa pour ses Grignotines soufflées au quinoa Puffs

Jus et boissons
D Lassonde pour son OASIS Smoothie Matin

Mets préparés, prêts à servir ou à assembler
E Les fermes PB pour son Tofu brouillé *(HRI)*

Produits de boulangerie et de pâtisserie
F Globe Protein pour son Pain protéiné Grillon Le Crickbread

Produits de longue conservation
G Bonduelle pour sa Gamme de légumes surgelés Arctic Gardens

Produits de viandes et de volailles
H Olymel pour ses Charcuteries plein muscle - gamme régulière

Catégorie Emballage
I Cascades pour sa Barquette de carton pour légumes frais

Catégorie Technologie et Productivité
J Distillerie Noroi pour sa fabrication de spiritueux par la distillation à froid

Prix Entrepreneuriat Banque Nationale
K Groupe Nutri - Vitoeuf

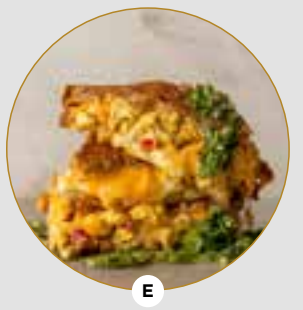
Prix Entreprise innovante Desjardins
L GoGo Quinoa

Prix Productivité Investissement Québec
M Distillerie Noroi

Coup de coeur du jury
N Pâtisseries Jessica pour sa Bûche de Noël végane

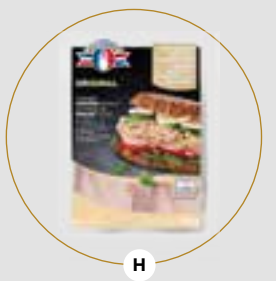
A

B


E

D

C


H

G

F

K

J

I

N

L

M

FINALISTES

Agropur pour ses Mochis à la crème glacée Natrel | Bonduelle pour sa Gamme One Pot Arctic Gardens | BSA pour sa Base liante universelle pour la production de produits végétariens sans allergènes | Citadelle pour SmartKlear | Distillerie Noroi pour ses Amers à l'orange et au genièvre | Domaine des Coulées pour son vin Amphora | Exceldor pour sa Gamme de poulet précoupé | Groupe Mito pour ses Sushis naturels | Le Groupe Solucan pour son Impression directe sur canette en aluminium | Isabelle Huot Docteure en nutrition pour ses Tartinades fruits et chia | Lassonde pour son OASIS Infusion 1L | Littoral Soda pour son Soda tonique et pour son Emballage Littoral | Madame Labriski pour sa Gamme de muffins aux dattes | Maison Orphée pour ses Mayonnaises fraîches | Mareiwa Café Colombien pour sa gamme Combia Cold Brew | Les petits trésors pour son Pain avoine et miel sans gluten | Produits alimentaires Viau pour ses Charcuteries tranchées Fantino & Mondello | Transformation d'algues Seabiosis pour ses Cornichons de Kombu | Saveurs Balatti pour ses Pâtes à crêpes et à pancakes prêtes à cuire | TC Transcontinental pour ses Sachets à maintien vertical pour aliments en vrac | Vins Arterra pour son vin Svelte

CAMPAGNE DE VALORISATION DES EMPLOIS BIOALIMENTAIRES

Choisir de travailler aux Îles, c'est choisir d'évoluer dans un milieu accessible, près des gens, à deux pas de chez soi. C'est aussi avoir la possibilité de faire une différence dans une entreprise. C'est faire comme Carole, et revenir s'installer aux Îles pour être près de ses parents après avoir été exilé 30 ans. C'est évoluer comme Mélanie dans une entreprise dynamique pour en arriver à se créer un poste sur mesure. C'est s'impliquer, comme Isabelle, dans la vie de ses enfants grâce à ses horaires flexibles. C'est aussi avoir la possibilité de voyager l'hiver et travailler dans un environnement stimulant le reste de l'année aux Îles, comme Samuel. C'est terminer son quart de travail à 14 h comme Jean et profiter du reste de la journée pour camper, faire de la raquette et passer du temps en famille.

Malgré ces nombreux avantages, on remarque, comme partout au Québec, que la pénurie de main-d'œuvre se fait sentir aux Îles. Ciblant ce besoin, Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine a décidé, en tant qu'association du secteur bioalimentaire, de se pencher sur cette problématique qui touche plusieurs de ses membres. Pour le Bon goût frais, il était essentiel de poser des actions qui allaient au-delà de sa mission de promotion. Pour assurer le dynamisme et la pérennité du secteur, l'équipe a décidé de se concentrer sur le développement des entreprises; elle a imaginé un projet porteur qui ferait rayonner les conditions de travail aux Îles de la Madeleine.

Des capsules vidéo valorisant les emplois ont donc été réalisées avec les employés intéressés des entreprises bioalimentaires locales. Ceux-ci ont agi à titre de porte-parole pour y raconter leur parcours, leurs tâches, les avantages qu'ils trouvent à travailler aux Îles et à y vivre. Au total, ce seront douze capsules qui seront lancées à l'hiver 2020.

L'objectif principal des capsules est de déboulonner les mythes entourant l'emploi aux Îles et ainsi valoriser les possibilités de carrières du secteur bioalimentaire. C'est également faire la preuve que l'archipel est un endroit de prédilection pour concilier travail stimulant et mode de vie de qualité. Moins de temps perdu dans le trafic et plus de temps pour les choses essentielles de la vie.

L'idée des capsules leur est venue en 2017, à la suite d'une rencontre de structuration du territoire des Îles de la Madeleine tenue avec les acteurs sectoriels, où l'on traçait un portrait plutôt inquiétant du besoin en main-d'œuvre sur l'archipel. Les données les plus récentes (2019) démontrent une progression alarmante des postes à combler d'ici 2022. C'est près de 1 400 emplois, tous secteurs confondus, qui seront à combler d'ici trois ans. Considérant que les entreprises du secteur bioalimentaire sont nombreuses et génèrent une quantité considérable d'emplois aux Îles, que ce soit au niveau de la production, de la transformation, de la restauration, du service à la clientèle ou du commerce de détail, on peut facilement anticiper les besoins criants de ces entreprises.

Un travail de terrain a été réalisé afin de connaître l'intérêt des membres de l'association (producteurs, transformateurs, restaurateurs et détaillants), ainsi qu'un travail de sollicitation, afin de trouver des partenaires financiers pour soutenir le projet. Le tournage a été amorcé en juin 2019 et s'est étalé jusqu'au mois d'octobre de la même année.

Dans ces capsules vidéo, vous aurez la chance d'en connaître plus sur les univers de Stéphane, Jean, Marianne, Alexis, Léon, Patrick, Carole, Murielle, Samuel, Isabelle et plusieurs autres. Elles seront diffusées à travers le Québec dans divers Salons d'emplois (Québec et Montréal), dans le cadre du Festival *Montréal en lumières*, dans certaines écoles de métiers, dans le cadre de la Semaine des régions, sur les deux bateaux du transporteur officiel des Îles de la Madeleine, sur le web et plus encore!

Restez à l'affût, ces capsules seront dévoilées à la fin janvier sur un écran près de chez vous! www.lebongoutfraisdesiles.com/emplois

Une des capsules vidéo mettant en vedette Lysanne, gérante des caisses d'un marché d'alimentation Coop IGA aux Îles de la Madeleine.

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. Ces Tables, régies par des conseils d'administration formés de représentants du secteur bioalimentaire, travaillent avec les différents maillons de l'industrie : producteurs agricoles, transformateurs alimentaires, restaurateurs, épiciers, mais aussi intervenants de la fonction publique, du monde municipal, de l'éducation, de la finance, de l'emploi, etc. Les détaillants à la recherche de produits locaux ou souhaitant s'impliquer peuvent faire appel à la Table de leur région.

FARINES, CÉRÉALES ET GRAINES

Intégrez à vos recettes la grande variété de céréales et de farines – dont plusieurs biologiques et sans gluten –, produites en Gaspésie. Découvrez le riz de la Gaspésie, puis faites le plein d'énergie avec des graines de chanvre.

Gaspésie Gourmande

LE GRAND RÉPERTOIRE DES PRODUITS DES MEMBRES DE GASPÉSIE GOURMANDE : UN OUTIL POUR LES DÉTAILLANTS

Gaspésie Gourmande rassemble 150 entreprises, dont des producteurs et transformateurs de produits agricoles, marins et forestiers, ainsi que des complices : des commerces au détail, restaurants, chefs et gîtes. L'organisation compte 70 membres complices qui s'approvisionnent de façon régulière en produits régionaux afin de les vendre, de les cuisiner et de les servir.

Un des objectifs de l'organisation est d'outiller les acheteurs dans l'utilisation des produits régionaux. Afin de leur faciliter la tâche, le Grand Répertoire des produits Gaspésie Gourmande a été développé. Ce tout nouvel outil regroupe plus de 600 produits des membres producteurs/transformateurs de Gaspésie Gourmande, répartis par catégorie. À partir du Grand Répertoire, les acheteurs sont redirigés vers les fiches des membres sur le site gaspesiegourmande.com, où les informations sur les points de vente ainsi que les coordonnées pour les rejoindre sont disponibles.

Cet outil, qui en est déjà à sa deuxième édition, facilite grandement l'achat de produits locaux et leur mise en valeur chez les membres complices de Gaspésie Gourmande, mais aussi auprès de toute autre entreprise qui désire mettre les produits gaspésiens à l'honneur.

Vous voulez mettre la main sur le Grand Répertoire des produits Gaspésie Gourmande? Consulter notre site Web!

Envie de devenir un membre complice de Gaspésie Gourmande? Intéressé à obtenir plus d'informations sur le Grand Répertoire? N'hésitez pas à communiquer avec nous au goutez@gaspesiegourmande.com ou encore au 418 392-6404 poste 213.

GASPÉSIE GOURMANDE

Gaspésie Gourmande travaille de concert avec ses membres et partenaires à la réalisation de projets liés aux enjeux du secteur bioalimentaire afin de mettre en valeur une offre gaspésienne de qualité et de contribuer au développement ainsi qu'à la pérennité des entreprises. Pour ce faire, Gaspésie Gourmande réalise ses actions dans trois axes d'intervention principaux : la concertation, la promotion et la commercialisation.

57e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

26 MAI 2020

Association des détaillants en alimentation du Québec

26 MAI 2020

C'est avec enthousiasme que nous vous invitons au prestigieux Club de golf Elm Ridge. Fondé en 1924, le Elm Ridge est devenu au fil des ans l'un des clubs les plus renommés au Canada.

INFO

Louise Gravel
514-982-0104 #231
lgravel@adaq.qc.ca

ADAQ.QC.CA/EVENT/TOURNOI-DE-GOLF-DE-L-ADA

NE MANQUEZ PAS VOTRE DÉPART

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Raison sociale _____

Adresse _____

Ville _____ Code postal _____

Courriel _____

Téléphone _____

Cellulaire _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 1

Joueur 1 _____

Joueur 2 _____

Joueur 3 _____

Joueur 4 _____

Allergie joueur 1 2 3 4

Description _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 2

Joueur 1 _____

Joueur 2 _____

Joueur 3 _____

Joueur 4 _____

Allergie joueur 1 2 3 4

Description _____

26 MAI 2020

Club de golf Elm Ridge
851 chemin Cherrier, Île Bizard, Montréal

HORAIRE
Brunch : 08H30
Départ : 10H00
Cocktail : 17H00
Souper : 18H00
Formule Shotgun / Vegas à 4 joueurs

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire
par courriel à lgravel@adaq.qc.ca
ou par télécopieur 514.849-3021.

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 8 mai 2020. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : 514.982.0104 poste 231.

COMMANDITE

Je désire prendre la commandite :

Pour voir les opportunités de commandite :
adaq.qc.ca/event/tournoi-de-golf-de-l-ada

QUATUOR (membre fournisseur)		x 1 375 $ =	+tx.
QUATUOR (non membre fournisseur)		x 1 575 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (membre fournisseur)		x 395 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (non membre fournisseur)		x 450 $ =	+tx.
DÉTAILLANT		x 295 $ =	+tx.
SOUPER*		x 185 $ =	+tx.
Montant total à payer			+tx.

**Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront souper dans le champ "Nom des joueurs"*

QUATUOR
Comprend : 4 droits de golf et voiturettes, 4 brunchs, cocktails et 4 soupers.

JOUEUR INDIVIDUEL
Comprend : droit de golf et voiturette, brunch, cocktail et souper.

SOUPER
Comprend : cocktail et souper.

MODE DE PAIEMENT

☐ Facturez-moi ☐ Par chèque ☐ Visa / MasterCard

Nom : _____

N° : _____ Exp : ___ / ___

Signature :

SIAL Canada
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE
set Canada
L'INSPIRATION TECHNOLOGIQUE
LE PLUS GRAND SALON DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE
EN AMÉRIQUE DU NORD
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE
OBTENEZ 50 % DE RÉDUCTION SUR VOTRE BADGE !
avec le code promo
2020SIALRADAR
sialcanada.com/register
Montréal
SIALCANADA.COM
#SIALCANADA
COMEXPOSIUM
SIAL, une filiale du Groupe Comexposium