

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Hiver 2023

Enfin un dénouement?

Vers la fin des frais abusifs.

P.22



COCKTAIL SMF

Rendez-vous à
ne pas manquer!

P. 7



66^E CONGRÈS DE L'ADA

Retour sur
l'événement
en photos!

P. 14



TOURNÉE SIAL PARIS

Premier voyage
à Paris réussit!

P. 24

MODERNISATION
DU RÉGIME DE SANTÉ ET
DE SÉCURITÉ DU **TRAVAIL**

LE RÉGIME QUÉBÉCOIS DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ DU TRAVAIL A ÉTÉ MODIFIÉ.

Employeurs, travailleuses, travailleurs et partenaires
des milieux de travail, ça vous concerne!



**Informez-vous dès maintenant
sur les changements en vigueur!**

modernisationsst.com

CNESST

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 d'assurer la pérennité des détaillants-propriétaires et le développement de l'industrie alimentaire au Québec.

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 ▶ communication@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
Catherine Baron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Karine Desmarais
Technicienne comptable

Stéphane Lacasse
Vice-président Affaires
publiques

Élodie Bourget
Agente des communications

Patrick Legault
Adjoint administratif
et service aux membres

Stéfany Archambault
Directrice, Événements
et partenariats

Daniel Choquette
Directeur, Développement
des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président

Éric Courtemanche Baril
Trésorier

Bruno Desrochers
Vice-président

Annie Paquette
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Christine Barcelo
Pierre-Alexandre Blouin
Marc Bougie
Suzanne Charland
Marcel Clermont
Marie-Josée Drouin
André Forget

Jasen Gaouette
Mélissa Jasmin
Guillaume Laroche
Patrick Pinard
Guillaume Laroche
Louis-Pierre Sourdif
Simon Veilleux

DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

Dominic Arsenault

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Mario Laplante
Président

Jessica Bélair
Trésorier

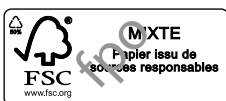
David Plante-Riou
Vice-président

Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Alain Bertrand
Charles Brunelle

Tony Fournier
Patrick Nadeau
Patrick Simard



SOMMAIRE

POINT DE VUE	4
CONSEIL D'ADMINISTRATION 2021-2022 DE L'ADA	4
SECTION MEMBRES FOURNISSEURS	6
PORTRAIT DE DÉTAILLANT	9
SUIVI DE DOSSIERS	
PROVINCIAL	
La continuité du conseil des ministres	10
AGROALIMENTAIRE	
Fixation du prix du lait	10
ENVIRONNEMENT	
Consigne élargie : 2e phase des projets pilotes	11
Un kiosque extérieur automatisé	11
Des dépôts automatisés à l'extérieur	11
MAIN-D'OEUVRE	
Travail des enfants : un projet de loi déposé cet hiver	12
MUNICIPAL	
Colloque Rues principales	12
Disparité municipale	12
PAIEMENT	
Frais de carte de crédit	13
À LA MÉMOIRE DE	13
66^E CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA	14
HISTORIQUE DU DOSSIER DES FRAIS DE CARTES DE CRÉDIT	22
TOURNÉE DE L'ADA À PARIS	24
FREINEZ LA PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE!	28
CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!	30
INSCRIPTION 59^E TOURNOI DE GOLF DE L'ADA	34
DES NOUVELLES SUR LE PROGRAMME ATE+ BOUCHERIE	36
NOUVELLES DE L'INDUSTRIE	40
ACTUALITÉS DES TCBQ	42

POINT DE VUE

GARDONS LE CAP



Michel Dépatie
Président du Conseil
Propriétaire du Metro Plus Dépatie, Laval

La dernière année me semble être passée à toute vitesse, ça fait déjà plus d'un an que je suis à la présidence. Je crois en cette organisation et c'est avec beaucoup de fierté et d'enthousiasme que je poursuis l'aventure. Une année chargée d'événements, de comités et de réunions. C'est trop tôt pour l'heure des bilans, le travail ne fait que commencer.

J'attire votre attention sur deux dossiers de longue date dont on attend des développements importants dans les prochaines semaines : la consigne et les frais d'utilisation des cartes de crédit.

Le dossier de la consigne est à l'heure des grandes décisions, le comité de transition et l'organisme de gestion désignée (OGD) ont multiplié les travaux à moins d'un an de l'entrée en vigueur annoncée de la consigne élargie. Je suis tout à fait conscient des impacts critiques que pourraient avoir certains scénarios bâclés sur vos opérations quotidiennes.

Nous savons pertinemment bien que nous aurons un rôle important à jouer dans la transition entre le modèle actuel et le modèle efficace, dédié et automatisé qu'il faut bien déployer. L'ensemble des partenaires de l'industrie n'a d'autre choix que d'adopter une solution durable commune. C'est ce qu'attendent tant le ministre que la population. La tâche n'en sera pas moins titanesque dans les délais prescrits, mais je suis convaincu que la raison prévaudra.

J'attends également avec impatience les résultats des négociations du ministère des Finances fédéral avec le monde du paiement concernant les frais d'interchange. Les taux moyens payés par nos membres ne cessent d'augmenter avec la multiplication de cartes toujours plus dispendieuses et la croissance marquée des transactions sans contact. Nous ne nous satisferons de rien de moins qu'une baisse significative de ces frais. Tous les joueurs doivent avoir droit à des tarifs équivalents.

Nul doute que c'est en grande partie grâce à vous que nous vivons actuellement une percée. C'est par vos échanges et vos chiffres présentés aux élus fédéraux que l'honorable Chrystia Freeland a finalement mis ce dossier sur le dessus de sa pile.

Vos efforts, votre rigueur et votre implication dans vos communautés ont toujours été la marque de commerce des épiciers-propriétaires. C'est d'autant plus essentiel aujourd'hui pour garder à flot nos entreprises en manque de main-d'œuvre et malmenées par l'inflation, ce sera tout un défi de conserver notre avantage concurrentiel face à des compagnies qui sont de plus en plus féroces dans notre marché.

Au plaisir de vous revoir et je vous souhaite à tous une année remplie de succès.

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2022-2023 DE L'ADA

L'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est fière d'annoncer que monsieur Michel Dépatie, du Metro Plus Dépatie (Laval), a été réélu au titre de Président du conseil pour une seconde année le 5 novembre dernier lors du 66e congrès annuel de l'ADA au Hilton Lac Leamy, à Gatineau.

Le rejoignent sur le comité exécutif : monsieur Bruno Desrochers, du Provigo Desrochers (Chertsey), monsieur Éric Courtemanche, du Tradition Courtemanche-Baril (Québec) et madame Annie Paquette, de Pasquier (Saint-Jean-sur-Richelieu et Delson).

De plus, une nouvelle administratrice fait son entrée au CA de l'ADA, soit madame Mélissa Jasmin, des Marchés Famille Jasmin (Laurentides).

Merci également à monsieur Roger Raad, du Dépanneur Beau-Soir montée du Comté (Les Coteaux), qui a terminé son second mandat après quatre années au conseil. Enfin, nous tenons à remercier monsieur Frank Hénot, de l'Intermarché Boyer, pour sa contribution à l'ADA. Voici la composition du conseil d'administration :

COMITÉ EXÉCUTIF



Michel Dépatie
Président, Laval



Bruno Desrochers
Vice-président,
Lanaudière



**Éric Courtemanche
Baril**
Trésorier,
Capitale-Nationale



Annie Paquette,
Secrétaire,
Montréal

LES RÉCOMPENSES DANS LA BALANCE ?



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

L'inflation est devenue un sujet tangible du quotidien qui enflamme les esprits partout au pays. L'alimentation coûte 11,4 % de plus, nos hypothèques, 14,5 % et l'essence, 13,7 %. Il s'agit de postes de dépenses qu'on peut difficilement qualifier de superflus pour les ménages.

Le dernier Rapport sur les prix alimentaires canadiens publié en décembre par des experts des Universités Dalhousie, Guelph, de Saskatchewan et de Colombie-Britannique prédit une progression de 5 % à 7 % en 2023. Mieux certes, mais personne ne criera victoire. Comme les facteurs qui nourrissent l'inflation depuis un certain temps ne se sont toujours pas résorbés (coûts de transport et des intrants, dollar canadien, problèmes dans la chaîne d'approvisionnement, changements climatiques, hausse des salaires, etc.), la situation demeure très volatile.

Les hausses de coûts des aliments préoccupent tellement Ottawa que deux analyses ont été lancées, d'abord par le Bureau de la concurrence et par le Comité permanent de l'agriculture et de l'alimentation. Tous les pays sont hautement préoccupés par le phénomène, de nombreux économistes parlent de récession. Des jours difficiles s'annoncent peut-être pour le commerce et le pouvoir d'achat.

Pendant ce temps, certaines compagnies engrangent des profits ahurissants sans aucune attention médiatique. Leurs modèles financiers contribuent directement à l'inflation et s'appliquent sur les taxes fédérales et provinciales.

Selon les données financières dévoilées l'an dernier, les deux grands réseaux de crédit mondiaux ont fait des profits exorbitants, soit de 51 % pour Visa et 45 % pour MasterCard. Les données des grandes banques émettrices pour 2022 seront dévoilées au printemps, mais il serait surprenant que leurs profits fondent comme neige en décembre.

Au pays du libre marché, le Credit Card Competition Act est actuellement à l'étude au congrès américain. Il s'agit d'un rare projet bipartisan qui pourrait imposer davantage de compétition dans le secteur du paiement. Quelle est la réponse des compagnies visées, elles embauchent des hordes de lobbyistes et organisent une campagne pour faire craindre un monde sans points récompenses associés à leurs cartes de crédit.

On imagine que les mêmes menaces planent autour des négociations engagées avec le Ministère des Finances à Ottawa. Espérons que le gouvernement canadien et américain ne se laisseront pas bernier par ce jeu piètre de miroirs? L'Europe, le Royaume-Uni, l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont réglementé le secteur et à ce que je sache nos deux géants sont toujours présents dans ces marchés, ils ont toujours des programmes de récompense.

Est-ce que l'on peut revenir sur terre? Chaque item que l'on considère trop cher à l'achat subi en plus l'inflation inutile causée par des modes de paiements crédit trop coûteux.

Il est plus que temps de régler la question.

ADMINISTRATEURS



Christine Barcelo
Montréal



Marc Bougie
Montréal



Suzanne Charland
Estrie



Marcel Clermont
Montréal



Marie-Josée Drouin
Montréal



André Forget
Montréal, Laurentides,
Lanaudière, Montréal



Dominic Arseneault
Estrie



Jasen Gaouette
Estrie et Montréal



Mélissa Jasmin
Laurentides



Guillaume Laroche
Chaudière-Appalaches



Patrick Pinard
Estrie et Montréal



Louis-Pierre Sourdif
Montréal



Simon Veilleux
Bas-Saint-Laurent

DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

SMF SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

SOYONS PRÉSENTS!



Mario Laplante
Président SMF

Chers collègues fournisseurs,

Tout d'abord, en mon nom et au nom du conseil d'administration de la section des membres fournisseurs, nous vous souhaitons une bonne année 2023.

L'année 2022 est maintenant derrière nous et nous avons affronté de nouveaux défis au niveau de la gestion de nos affaires. Nous sommes en quelque sorte revenus à une gestion prépandémie tout en faisant face à des enjeux récurrents. Nous avons eu l'occasion d'échanger sur ces enjeux lors du dernier congrès de novembre 2022 qui s'est avéré un succès.

Lors de notre réunion générale, nous avons eu également l'occasion d'échanger sur les nouvelles tendances alimentaires qui apportent leur lot de changements. L'immigration nous pousse, à titre de fournisseurs, à ajuster notre tir afin de répondre à ses nouvelles réalités. Un des côtés positifs de cette réalité est que le développement de nouvelles catégories de produits et de nouvelles saveurs nous pousse à réévaluer et à nous réinventer pour répondre à ces demandes alimentaires. Nous, fournisseurs, avons la possibilité d'y répondre par nos initiatives et par la rapidité de mettre en avant nos produits, et ce, peu importe les catégories sur les rayonnages de nos clients. C'est à nous de prendre les devants!

À la suite de notre AGA 2022, je suis fier de vous informer de la venue de madame Jessica Bélair, directrice des ventes chez Coca-Cola, au sein de notre conseil d'administration. Dotée d'une grande expérience et de riches connaissances dans le domaine alimentaire, madame Bélair pourra apporter sa touche à notre équipe.

Avant de terminer, je ne peux passer sous silence notre prochain événement qui aura lieu le 19 avril 2023 au Centre des sciences de Montréal. Des personnes influentes de différents secteurs d'activité et bannières viendront à notre tribune vous partager leur vision des affaires ainsi que les dernières tendances. De plus amples informations vous seront acheminées dans les prochaines semaines, mais entretemps, réservez cette date!

VOICI LA COMPOSITION DE LA SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF



Mario Laplante
Président,
Aliments Maple
Leaf Inc.



David Plante-Riou
Vice-président, Les
Brasseries Sleeman



Jessica Bélair
Trésorier,
Coca-cola



Christian Bérubé
Secrétaire, Groupe
St-Hubert détail

ADMINISTRATEURS



Natalie Ayotte
HED Courtier en
Assurance Inc.



Alain Bertrand
Services de Réfri-
gération R & S Inc.



Charles Brunelle
La Petite Bretonne



Tony Fournier
Agropur



Patrick Nadeau
McCormick



Patrick Simard
Le Groupe Triani

DE RETOUR

**MERCREDI
19 AVRIL 2023
16H À 20H**



**CENTRE DES
SCIENCES DE
MONTRÉAL**

Après près de 3 ans d'absence, le cocktail de réseautage de la Section des membres fournisseurs de l'ADA est enfin de retour. Cet événement est un rendez-vous pour les détaillants, fournisseurs et partenaires de l'industrie de s'informer sur des données actuelles, présentées par des conférenciers de renom. C'est également une occasion de pouvoir échanger dans une ambiance décontractée avec les gens de votre industrie. Pour ce grand retour, les tendances en alimentation seront mises de l'avant et seront présentées, en autre part :



Martin Turcotte

Vice-président mise en marché
épicerie Metro Inc



Mireille Thibodeau

Vice-présidente achats et mise en marché,
produits périssables Sobeys's Québec



Pour vous inscrire et avoir plus d'information
adaq.qc.ca/event/cocktail-smf

Au plaisir de vous voir en grand nombre !



**BANQUE
NATIONALE**



Conseils d'experts

Stéphane Bourgeois, directeur principal de l'équipe de transfert d'entreprise s'est entretenu avec l'ADA sur le processus du repreneuriat

Pour écouter le balado : adaq.qc.ca/espacebalado

PORTRAIT DE DÉTAILLANT

PORTRAIT DE DÉTAILLANT – BLEU ET PERSILLÉ

Situé en plein cœur de l'avenue Mont-Royal, Bleu et persillé existe depuis sept ans. Voyant le jour en 2015, ce comptoir gourmand où on peut retrouver fromages, charcuteries et d'autres produits frais a été créée par Frank Hénot et Danny Thérien pour desservir une clientèle passionnée de ces produits de qualité. Or, depuis maintenant trois mois, ce sont Étienne et Pierre Biotteau, copropriétaires, qui ont repris les rênes de l'entreprise afin d'offrir la même qualité et le même service que leurs prédécesseurs à une clientèle sans cesse grandissante.

RECRUE DANS L'INDUSTRIE DU DÉTAIL ALIMENTAIRE

Malgré son jeune âge, Étienne Biotteau a une formation scolaire et professionnelle plus qu'impressionnante. Bien qu'il n'ait pas baigné depuis son enfance dans l'industrie alimentaire, il a tout de même commencé à travailler lorsqu'il était étudiant comme commis à L'Échoppe des fromages à Saint-Lambert, mais aussi à Bleu et persillé à l'époque de Frank et Danny. Il a d'ailleurs participé à l'ouverture du commerce en tant que membre de l'équipe. Durant l'année où il a travaillé chez Bleu et persillé, Frank lui a permis de rencontrer des producteurs de fromage, ce qui lui a donné la piqure pour se lancer dans la production.

Ambitieux, Étienne a effectué plusieurs stages chez des fromagers, dont celui de La Station à Compton. Lionel le fromager lui a alors montré les ficelles du métier dès la première heure du matin. Il a pu ainsi savoir et comprendre comment un simple liquide peut donner autant de fromages aux saveurs, aux textures et même aux couleurs différentes.

DES FORMATIONS AUX 4 COINS DE LA PLANÈTE

Pour parfaire ses connaissances, il est parti étudier un an à l'École nationale d'industrie laitière en France, école renommée dans le domaine fromager, où il a pu faire de nombreux apprentissages tels que la microbiologie, la physique et la chimie.

Sa route l'a ensuite mené au Népal où François Riard l'a invité à faire un stage durant deux mois. Avec des méthodes traditionnelles, Étienne a conçu un cheddar à plus de 3500 m d'altitude où le lait arrivait à dos de yak que seuls les bergers pouvaient approcher. Il a pu ainsi découvrir d'autres méthodes de fabrication de fromage en plus de goûter un lait riche en matières grasses et en protéines. Une expérience rustique, mais ô combien enrichissante!

De retour au Québec, Étienne s'est fait offrir un poste au Centre d'expertise fromagère du Québec grâce à l'ancien directeur Mario Béland. Pendant trois ans, il s'est déplacé à travers le Québec et même jusqu'en Ontario dans le but de rencontrer des fromagers et d'observer toutes sortes de manières de faire du fromage. Ce qu'il a retenu de cette expérience est que derrière chaque fromage se cache un être humain avec sa propre philosophie et sa manière de concevoir son fromage. Qu'il soit fait de manière artisanale ou

industrielle, à pâte ferme ou molle, tout fromage a une histoire et c'est ce qui plaît à Étienne qui adore la transmettre à sa clientèle.

DES REVIREMENTS DE CARRIÈRE À 360 DEGRÉS

Après cette expérience, Étienne a travaillé dans la vente d'équipement et de bactéries. Derrière un écran et beaucoup sur la route, il était moins en contact avec les humains.

En croisant un beau jour Frank, ce dernier lui annonce qu'il cherche quelqu'un pour reprendre Bleu et persillé. Voyant l'opportunité de retrouver le contact humain, Étienne décide de retourner aux sources comme gestionnaire et entrepreneur.

LA PASSION DU FROMAGE

Bien qu'il ait la passion du fromage, Étienne ne s'est pas arrêté là. L'industrie du fromage comprend bien d'autres cordes qu'il a adoré ajouter à son arc. La découverte de la charcuterie et des produits fins d'épicerie a été une véritable piqure et c'est pourquoi chaque jour, il aime entrer dans le magasin et en découvrir de nouveaux.

Ce qui distingue par le fait même Bleu et persillé des autres commerces est la relation client. Être sur le plancher

est indispensable pour le jeune entrepreneur. En plus d'appuyer son équipe et d'être présent pour les collaborateurs, il s'assure d'offrir un service de qualité à sa clientèle en échangeant avec eux. Les discussions derrière le comptoir entre les membres de l'équipe et particulièrement avec les clients lui permettent de transmettre la passion de Bleu et persillé, soit celle du fromage et des autres produits fins.

UN DUO GAGNANT

Alors qu'Étienne est plutôt le gars de terrain, son frère Pierre est quant à lui dans le secteur immobilier. C'est en fait lui qui s'occupe du côté business de l'entreprise, soit en tant que soutien administratif et comme comptable. Étienne est ravi de cette collaboration, car pour lui cette deuxième voix lui apporte mille et un conseils sur comment on devrait communiquer aux collaborateurs, dans quelle direction l'entreprise devrait aller, etc. Savoir qu'il a quelqu'un sur qui il peut compter en tout temps est vraiment important pour lui et le rassure beaucoup dans ses décisions.

UNE RELÈVE BIEN PRÉSENTE

Sur l'avenue Mont-Royal, la jeunesse entrepreneuriale dans le commerce alimentaire est bien présente. Tout comme Bleu et persillé, Ô Petit Paris et La Maison du Rôti sont de bons exemples de jeunes entrepreneurs qui ont envie de relever des défis et de se lancer dans ce métier dynamique, exigeant, mais surtout très valorisant. Une expérience qu'Étienne ne regrette absolument pas. Bien enligné pour le temps des fêtes malgré les quelques mois d'opérations, Étienne se dit confiant pour la prochaine année qui s'annonce pleine de projets. Gagner le concours de vitrine de Noël et assurer une belle visibilité de Bleu et persillé sur l'avenue Mont-Royal, sur Le Plateau et sur l'île de Montréal sont ses priorités pour 2023.



ÉTIENNE BIOTTEAU | CO-PROPRIÉTAIRE DE BLEU ET PERSILLÉ



POUR ÉCOUTER LE BALADO
SUR BLEU ET PERSILLÉ:





SUIVIS DE DOSSIERS

2023 sera une année fortement occupée en terme de dossiers politiques. Dans ces pages, nous vous tenons au courant de l'évolution des enjeux et des actions de votre association auprès des décideurs politiques.

PROVINCIAL

LA CONTINUITÉ DU CONSEIL DES MINISTRES ▼



Le 20 octobre dernier, le premier ministre François Legault a dévoilé les membres de son conseil des ministres. Plusieurs ministres clés ont conservé les mêmes fonctions dont les ministres de la Santé, des Finances et de l'Économie. Notre ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation est demeuré monsieur André Lamontagne. Il nous a fait l'honneur de sa présence lors de notre dernier congrès annuel à Gatineau. Il connaît bien notre secteur et nos enjeux. Nous sommes heureux qu'il puisse continuer son mandat.

Le premier ministre a reconduit monsieur Benoît Charette dans ses fonctions à titre de ministre de l'Environnement. Nous espérons qu'il demeure compréhensif face à nos nombreux défis opérationnels en magasin. Que ce soit dans le dossier de la consigne ou encore en lien avec les écocontributions, nous avons des solutions à lui proposer pour nous assurer que les bons gestes sont posés tout en respectant la capacité des détaillants-proprétaires de contribuer aux demandes des divers gouvernements.

Finalement, nous saluons la nomination de monsieur François Bonnardel comme ministre de la Sécurité publique. Par le passé, monsieur Bonnardel a collaboré avec les détaillants pour améliorer la présence des boissons alcooliques dans les magasins. Nous espérons qu'il pourra nous accompagner dans la modernisation de la distribution et la commercialisation de l'alcool au Québec.

AGROALIMENTAIRE

FIXATION DU PRIX DU LAIT ▼

Chaque automne, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) tient une consultation pour fixer les prix minimums et maximums du lait conventionnel. La séance publique s'est déroulée le lundi 22 novembre 2022.

Pour répondre à la directive de la Commission canadienne du lait et pour répondre à la hausse du coût des intrants, le Conseil des industriels laitiers du Québec et Agropur ont demandé à la Régie d'augmenter les prix du lait de 2,02 % à 2,24 % selon la teneur en composants du lait et le format.

De notre côté, nous avons démontré à la Régie que les marges bénéficiaires des détaillants ont diminué au cours des dernières années malgré des hausses du prix du lait chaque année. Étant donné que l'écart entre le prix minimum et le prix maximum n'a pas changé depuis le 1^{er} février 2018, les marges rétrécissent chaque année.

POUR SE FAIRE, NOUS AVONS FAIT DEUX PROPOSITIONS :

Augmenter l'écart de 0,16 \$ à 0,18 \$ entre le prix minimum et le prix maximum pour l'ensemble des formats.

Augmenter l'écart au même rythme que la hausse du prix du lait.

Cette proposition permet de rattraper les pertes des années passées et de maintenir les mêmes marges au fil des prochaines hausses de prix.

Le 24 novembre, la Régie a rendu sa décision concernant le prix au 1^{er} février 2023. Elle augmente l'écart à 0,17 \$ entre le prix minimum et le prix maximum pour le prix au détail. Elle n'accorde également qu'un seul 1 % de hausse aux laiteries.

Nous avons continué à collaborer avec la Régie pour être en mesure d'inscrire dans le règlement sur le prix du lait un libellé qui garantit une protection des marges bénéficiaires des détaillants en maintenant le prix du lait accessible aux Québécois.



ENVIRONNEMENT

CONSIGNE ÉLARGIE : 2^e PHASE DES PROJETS PILOTES ▼

La première phase des projets pilotes s’est terminée en mars dernier. Cependant, certains éléments n’avaient pas encore été vérifiés pour préparer la prochaine modernisation de la consigne. Dans le but d’améliorer les connaissances, Recyc-Québec, avec les partenaires de l’industrie, a accepté une deuxième phase de projets pilotes. Depuis la fin octobre, deux types de projets pilotes sont menés. Voici un bref descriptif des projets. L’ensemble des projets est réalisé en partenariat avec Machinex, une entreprise manufacturière québécoise située à Plessisville.

UN KIOSQUE EXTÉRIEUR AUTOMATISÉ ▼

Le premier projet se trouve à proximité du Metro Pierre James à Victoriaville. Sur le site extérieur, on retrouve trois gobeuses, dont une seule pour le verre, pouvant récupérer tous les contenants qui seront consignés. Lorsqu’un client met un contenant dans la gobeuse, celui-ci est trié selon son code-barres et déposé dans un des différents bacs. Cela permet de bien compartimenter la matière pour les récupérateurs tout en identifiant les types de contenants qui sont plus difficiles à repérer, car le code-barres est illisible ou encore parce qu’il n’est pas encore enregistré.

Le projet pilote permet également de voir les aménagements nécessaires pour accueillir les clients sur une base régulière. Il faut souvent nettoyer les espaces communs, récupérer les boîtes en carton et les sacs des clients. Cela demande une gestion importante du site. Comme le site demeure ouvert durant l’hiver, d’autres défis sont à prévoir (chauffage, déneigement, etc.).

Actuellement, ce type de kiosque peut recueillir annuellement entre 3 et 4 millions de contenants, mais à plein rendement, le volume pourrait presque doubler.

DES DÉPÔTS AUTOMATISÉS À L’EXTÉRIEUR ▼

À Québec, nous retrouvons deux sites où sont aménagés des conteneurs de dépôt à sacs. Le premier site est situé dans le quartier Saint-Roch et le deuxième site est situé dans le quartier Limoilou. Ce sont deux quartiers urbains avec une bonne densité de population.

Comment le tout fonctionne-t-il? Pour avoir accès au conteneur, le client doit se créer un compte sur une application mobile. Ensuite, il doit se procurer des autocollants offerts par les commerces à côté des deux dépôts. Une petite machine (voir photo) imprime les autocollants du client qui va ensuite les apposer sur ses sacs. Lorsqu’il se rend au conteneur, il doit ouvrir, à l’aide de son application, la porte du conteneur. Ensuite, il a juste à déposer son sac de contenants.

À l’intérieur du conteneur, il y a plusieurs gros paniers qui recueillent les sacs des clients. Ceux-ci sont transportés à Plessisville, chez Machinex. L’entreprise va trier les contenants, et le client recevra son remboursement sur l’application mobile. Le client peut également faire un don à deux organismes de bienfaisance, dont Moisson Québec.

Votre association a visité les sites des projets pilotes et nous avons visité, par le passé, le site opéré par Miguel St-Pierre, marchand IGA, à Granby. Dans les trois cas, il s’agit de projets qui possèdent un excellent potentiel dans le cadre de la modernisation de la consigne.

En effet, les trois modèles (centre de dépôt à Granby, kiosque extérieur à Victoriaville, conteneurs à sacs à Québec) ont l’avantage d’être complémentaires et ils répondent à des besoins différents sur le territoire. Les modèles pourront être améliorés, car c’est le but des projets pilotes. Cependant, il faudra limiter le nombre de modèles et le nombre de lieux de retour pour rendre le système de consigne élargie efficace, automatisé et rentable financièrement.



MAIN-D'OEUVRE

TRAVAIL DES ENFANTS : UN PROJET DE LOI DÉPOSÉ CET HIVER ▼

En décembre dernier, le ministre du Travail Jean Boulet a annoncé qu’il prévoit de déposer un projet de loi pour encadrer le travail des enfants au Québec cet hiver. L’objectif du ministre est de limiter le travail des enfants de moins de 14 ans et d’encadrer davantage le travail des jeunes de 14 à 17 ans.

PRÉOCCUPÉ PAR LA HAUSSE DU NOMBRE D’ENFANTS SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL, LE MINISTRE A MANDATÉ, EN JUIN DERNIER, LE COMITÉ CONSULTATIF DU TRAVAIL ET DE LA MAIN-D’ŒUVRE DE LUI FAIRE DES RECOMMANDATIONS. LE COMITÉ A FAIT 6 RECOMMANDATIONS AU MINISTRE. DEUX RECOMMANDATIONS SONT PLUS IMPORTANTES POUR NOTRE SECTEUR :

- Établir à 14 ans l’âge minimal pour pouvoir travailler, tout en ayant des exemptions établies par règlement et en maintenant l’autorisation parentale;
- Interdire à un employeur de faire effectuer plus de 17 heures de travail par semaine à un enfant assujéti à l’obligation de fréquentation scolaire durant l’année scolaire, à l’exception des périodes des fêtes, de relâche et estivales. Le comité recommande aussi que durant l’année scolaire, le nombre d’heures soit limité à 10 heures la semaine.

Le ministre ne s’est pas engagé à reprendre l’ensemble des 6 recommandations dans son projet de loi, mais il veut s’assurer de ne pas nuire aux apprentissages des jeunes travailleurs et de contrer le décrochage scolaire.

Lors des consultations sur le projet de loi, nous allons présenter votre réalité en tant que détaillants qui emploient des jeunes de moins de 17 ans et qui ont à cœur la réussite éducative de vos employés fréquentant des milieux d’enseignement.

MUNICIPAL

COLLOQUE RUES PRINCIPALES ▼

Le 19 octobre dernier s’est déroulé le colloque annuel de l’organisme Rues principales. Sous le thème «Nouvelles voies : de l’audace pour nos rues principales», plusieurs conférences étaient proposées aux 200 participants présents. Cet événement regroupe des intervenants de divers milieux du monde municipal, des entreprises en aménagement urbain et des commerces de proximité.

Lors de ce colloque, nous avons pu constater qu’il y a deux visions qui s’opposent dans le cadre du développement commercial. D’un côté, certains promoteurs ont tendance à développer des secteurs commerciaux axés sur l’espace (stationnement, grandes surfaces, etc.) et d’autres intervenants souhaitent développer des rues commerciales axées sur des services à proximité des résidents. Cependant, peu d’intervenants mentionnaient qu’il faut également offrir un commerce alimentaire lors de la création d’un nouvel axe commercial de proximité.

Nous avons pu sensibiliser les personnes, lors de nos interventions, à la nécessité d’avoir un magasin d’alimentation lorsqu’une municipalité décide de revoir son développement sur les axes commerciaux.

DISPARITÉ MUNICIPALE ▼

Dans plusieurs éditions du RADAR, nous vous avons décrit certaines initiatives municipales en lien avec le plastique à usage unique. Certaines municipalités décident de réduire, voire bannir certains articles, tandis que d’autres vont imposer des écocontributions. Il n’y a pas d’uniformité sur le territoire québécois, ce qui crée des maux de tête à plusieurs détaillants. Cependant, le gouvernement du Québec a décidé de réformer la collecte sélective et de moderniser la consigne. À terme, un contenant recyclable ou consigné devrait l’être partout sur le territoire québécois. Pour maintenir une cohérence avec les deux réformes, il est temps que le gouvernement du Québec élabore une stratégie plastique pour que cessent les disparités entre les municipalités. C’est une question de cohérence et d’équité territoriale.



PAIEMENT

FRAIS DE CARTE DE CRÉDIT ▼

Comme vous le savez, le dossier des frais de carte de crédit est une priorité de l'ADA. Au cours des dernières années, nous avons interpellé les ministres des Finances, des députés et les médias pour dénoncer l'abus des émetteurs de carte de crédit.

D'ailleurs, à la fin de l'été, plusieurs détaillants ont fait parvenir une lettre à leur député fédéral pour qu'ils interviennent auprès de la ministre des Finances à ce sujet.

Le 3 novembre dernier, lors de son énoncé économique, la ministre Freeland a décidé d'agir. Elle demande au ministère des Finances de négocier avec l'industrie des cartes de paiement et les commerçants afin de parvenir à une solution. Advenant qu'aucune solution ne soit réalisée, la ministre déposera, au début de l'année 2023, un projet de loi et de règlement pour réduire les taux de carte de crédit.

C'est la première fois que la ministre Freeland va aussi loin dans ce dossier depuis qu'elle est en poste. Nous continuons à suivre ce dossier de près et dès que les frais «bougeront», nous allons vous en informer.

À LA MÉMOIRE DE

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



XAVIER PONCIN / 1972-2022

Bien qu'il ne soit pas épicier, agriculteur ou transformateur, M. Xavier Poncin était reconnu par ce milieu pour son leadership, son énergie, sa ténacité et ses convictions à faire rayonner le plus grand salon d'innovation alimentaire en Amérique du Nord. Le Salon international de l'alimentation (SIAL) Canada a eu la chance de bénéficier des connaissances et de l'expertise de M. Poncin en tant que directeur général. Sa capacité à réunir les gens de même que son sens du partage lui ont permis de repousser les limites de SIAL Canada au-delà du pays en plus de créer un concours de fromages des plus prestigieux. Tous sont reconnaissants du travail exceptionnel qu'il a accompli durant toutes ces années.

Nous souhaitons toutes nos condoléances à la famille et aux proches de M. Poncin.



JEAN-GUY BOURDON / 1932-2022

À Montréal, le 8 décembre 2022, est décédé paisiblement à l'âge de 90 ans, monsieur Jean-Guy Bourdon. Épicier de père en fils, il opérait un supermarché sous la bannière Metro au coin de Jean-Talon et Chateaubriand, à Montréal. Toujours soucieux de bien servir ses clients, il avait la passion de son métier. En 2015, il a été intronisé au Temple de la renommée de l'ADAQ, et c'est avec émotion, fierté et humilité qu'il avait accepté cet honneur. Grand voyageur et amateur de sports, il était l'ami des animaux et un homme pour qui la famille était très importante. Il va nous manquer.



JEAN-CLAUDE PLOUFFE / 1930-2022

Aux Foyers Farnham, le 20 décembre 2022, à l'âge 92 ans, est décédé M. Jean-Claude Plouffe, époux de feu Luce Ménard demeurant à Farnham.

« La carrière de M. Plouffe représente une inspiration pour tous ceux qui ont eu la chance de le côtoyer. Leader incontesté et pilier inébranlable de la compagnie, son implication et sa présence en magasin ont perduré au fil des années. Sa passion, ses valeurs et son amour de l'entreprise ont permis de bâtir la compagnie telle qu'on la connaît présentement » - Groupe Plouffe

Nous transmettons à la famille Plouffe ainsi qu'à leurs proches nos plus sincères condoléances.

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 : communication@adaq.qc.ca

66^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA



MERCI À NOS
PARTENAIRES

 **Provigo**^{MC}

Sobey's 



metro



**LOTO
QUÉBEC**

arneg
CANADA

RETOUR SUR LE 66^e CONGRÈS DE L'ADA

Le 66^e congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec a permis aux détaillants et fournisseurs membres et partenaires de se réunir pour faire un bilan de la dernière année. Ils ont pu ainsi discuter de sujets d'actualité et échanger avec leurs pairs sur des enjeux qui touchent l'industrie agroalimentaire.

Avec plus de 320 participants qui se sont réunis du 4 au 6 novembre derniers au Hilton Lac-Leamy à Gatineau, l'ADA a su proposer une programmation de conférenciers et de panellistes diversifiée et fort enrichissante tout en gardant une ambiance festive et chaleureuse.

Il ne faut pas oublier les deux soirées tant attendues du congrès, qui furent, encore cette année, un grand succès



..... LES SERVICES
SAO ALIMENTATION

HED | Courtier en assurance

AGROPUR
Coopérative laitière

MAPLE LEAF

TR/NSBROUE
Distributeur de bières micro brassées

BURNBRAE
FARMS-FERMES

BRASSERIES SLEEMAN

Labatt

R&S Services de réfrigération

MOLSON COORS
entreprise de boissons

StHubert

agendrix

Solutions Mieux-être
LifeWorks

BANQUE NATIONALE

McCormick

CNESST

FAVORIS

Allonger les carrières

Économiste à l'Institut du Québec depuis 2017, monsieur Simon Savard est venu discuter du dernier rapport de l'Institut qu'il a coécrit et qui s'intitule : «Allonger les carrières : défis et opportunités pour pallier les pénuries de main-d'œuvre». Un portrait de la situation de la main-d'œuvre au Québec a été présenté comme première conférence aux congressistes.



Perceptions vs réalité

Lors de ce panel, madame Marie-Claude Lortie, rédactrice en chef du journal Le Droit, et monsieur Maxime Pedneaud-Jobin, ancien maire de Gatineau et collaborateur au journal La Presse, sont venus démystifier certaines perceptions de leur milieu respectif.

Le monde des médias pour madame Lortie et le monde politique et particulièrement les élus municipaux en ce qui concerne monsieur Pedneaud-Jobin ont des idées préconçues sur le secteur agroalimentaire qui sont parfois vraies ou fausses.



Naviguer sur les défis post-pandémiques de l'industrie alimentaire

Président de Chocolats Favoris, monsieur Dominique Brown a orienté sa conférence sur la marque employeur en magasin. Bien que le manque de main-d'œuvre soit un sujet qu'il ne pouvait pas éviter, il a également prodigué des conseils sur la gestion d'entreprise à distance : sur le fait de déléguer certaines tâches, mais surtout de bien s'entourer.



Cocktail Soirée/Concours Les Aliments du Québec dans mon panier

Le cocktail d'ouverture a permis aux participants et à leurs invités de discuter avec leurs collègues et partenaires. Ils ont ensuite été conviés à prendre place dans la salle de bal où se déroulait la soirée d'ouverture avec le dévoilement des gagnants du concours Les Aliments du Québec dans mon panier. Les invités ont grandement aimé apprendre l'identité des lauréats lors de la soirée du vendredi et non quelques semaines à l'avance comme fut le cas pour les éditions précédentes. Cela a permis de garder l'élément de surprise et de fébrilité de la part de tous les finalistes présents.



Prévision des saveurs

Présenté par McCormick et animé par Danny St Pierre, la conférence sur la prévision des saveurs fut un véritable délice pour tous les participants. Ceux-ci ont pu se régaler en dégustant des petites bouchées qui illustraient les tendances de la dernière année. Le temps, le sucre et le rôle central des femmes dans la cuisine sont à l'honneur dans ce 22^e carnet de saveurs où brillent culture, tradition et surtout nouveautés.



Les enjeux politiques

Vice-président des affaires publiques de l'ADA, monsieur Stéphane Lacasse a fait un retour sur les grands enjeux politiques qui ont marqué l'industrie et qui nous ont préoccupés durant les deux dernières années. Les frais de cartes de crédit, la consigne élargie, la hausse des prix des aliments ainsi que les élections ont été des sujets abordés lors de la conférence.



Assemblées générales

Le congrès annuel est un moment important pour la gouvernance de notre organisation. Les délégués de l'ADA et de la Section des membres fournisseurs (SMF) ont participé à leur assemblée générale réciproque samedi matin. Ils ont eu des échanges nourris, ratifié les actes de leur conseil et élu leurs délégués pour la prochaine année.



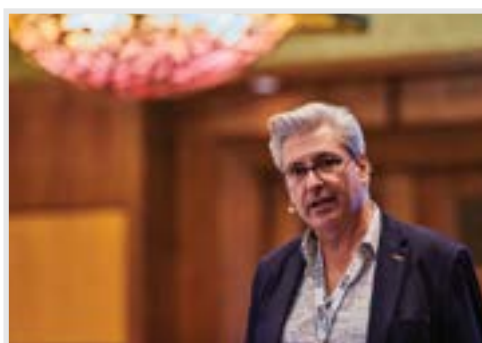
Programme ATE+ boucherie

Directeur en développement des affaires, monsieur Daniel Choquette est venu présenter un bilan du programme ATE+ boucherie qu'il a instauré depuis maintenant 2 ans dans plusieurs écoles participantes à travers le Québec. La mise en place de ce programme a pour but de combler un besoin grandissant de main-d'œuvre.



Les nouvelles tendances en alimentation

Pour conclure la programmation de conférences de ce congrès, les participants ont eu la chance d'assister à ce panel où Philippe Wouters, conférencier, expert bière et gastronomie, Scott Lorimer, vice-président principal, ventes au détail chez les Aliments Maple Leaf et Patrice Léger-Bourgouin, directeur général chez Association des producteurs maraîchers du Québec ont survolé leurs produits de prédilection pour la prochaine année dans leur secteur. Que ce soit à l'égard des alcools ou des productions agricoles du Québec, les congressistes ont pu avoir un portrait global des goûts des Québécois à l'heure actuelle.





TEMPLE DE LA RENOMMÉE 2022

Animé pour la 12^e année par Mélanie Maynard, la soirée gala du Temple de la renommée fut encore une fois un réel succès. Sept bâtisseurs de notre industrie ont été intronisés. Ceux-ci ont accompli un travail exceptionnel au cours de leur parcours et se sont démarqués au sein du secteur alimentaire québécois. C'est un honneur de pouvoir rendre hommage à ces bâtisseurs, qui se sont dévoués corps et âme 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 qualités supérieures.



Gauche à droite

Michel Dépatie (Président de l'ADAQ) **Mario Laplante** (Président de SMF) **Pierre Rivard** (Fournisseur) **Sylvain Boulianne** (détaillant) **Louise Marquis et Nelson Thibeault** (détaillants) **Bernard Pepin** (détaillants) **François Beaudry** (représentant) **Jacques et Bernard Beaudry** (à titre posthume- détaillant) et **Pierre-Alexandre** (PDG de l'ADA)

C'est ce qui conclut le 66^e congrès de l'ADA.

Merci à tous pour votre participation en si grand nombre!

Pour voir l'intégralité des photos prises lors de l'événement et consulter les vidéos des intronisés, rendez-vous sur notre site Internet : <https://adaq.qc.ca/event/congres-annuel-de-la-d-a/>

Nous vous disons à l'année prochaine au Manoir Richelieu dans Charlevoix les 3, 4 et 5 novembre 2023.



Pierre Rivard
Groupe St-Hubert Laval (fournisseur)



Bernard Pepin
Les Marchés Pepin



Jacques et Bernard Beaudry
À titre posthume – Groupe Beaudry



Nelson Thibeault et Louise Marquis
Metro Plus Thibeault



Sylvain Boulianne
Alimentation Sylvain Boulianne inc.

LE COURTIER OFFICIEL EN ASSURANCE COMMERCIALE POUR L'ADA



HED | Courtier en
Assurance



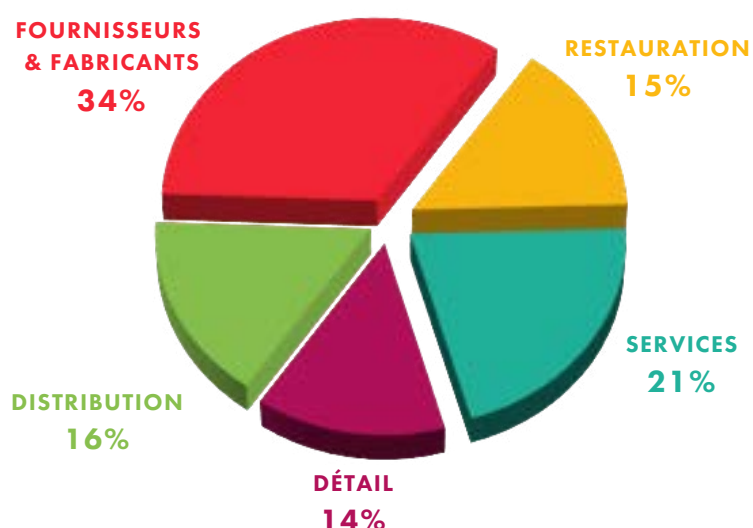
Scannez Moi



L'inspiration alimentaire

Depuis presque 15 ans, SIAL Canada est le rendez-vous annuel accélérateur d'affaires de milliers d'entreprises. Une sectorisation élaborée répond aux besoins du commerce de détail, de la restauration et de la transformation alimentaire.

En présentant votre savoir-faire, innovations et produits aux quelques 20 000 visiteurs professionnels internationaux, vous êtes une source d'inspiration intarissable pour mieux comprendre l'industrie d'aujourd'hui et celle de demain.



Côté visiteurs...

20 000 visiteurs de plus de 60 pays
95% de satisfaction en 2022
85% sont décisionnaires ou prescripteurs
91% considèrent le SIAL Canada comme important pour leurs affaires

Le seul salon professionnel soutenu par



SIAL Canada en chiffres :

91% de satisfaction exposant
350 contacts qualifiés en moyenne par kiosque
40% de la surface dédiée à l'international
87% des exposants sont satisfaits de leur retour sur investissement
75% des exposants 2022 souhaitent exposer de nouveau au SIAL Toronto 2023

Le saviez-vous ?

74% des visiteurs ne participent à aucun autre salon au Canada et...
...55% des visiteurs ne participent à aucun autre salon dans le monde !

VOUS SOUHAITEZ EXPOSER ?

Rejoignez tous les acteurs majeurs de l'industrie tout en restant à la fine pointe de l'innovation. Bénéficiez d'une visibilité exceptionnelle pour votre marque !

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE COMMERCIALE

Betty-Ann Van De Ligt

Responsable des ventes fidélisation
+1 (438) 835-4885
bavandeligt@expocanadafrance.com

Mélissa Charbonneau

Responsable des ventes développement
+1 (438) 476-2232
mcharbonneau@expocanadafrance.com

SIAL CANADA 2023

LES COMPÉTITIONS SONT LANCÉES !

Votre produit est hors du commun ? Lancez-vous dans la compétition !

Le SIAL Canada est, sans conteste, l'opportunité de se mesurer à des concurrents du monde entier lors de concours légendaires et prestigieux.

Des jurés experts de renommée internationale récompensent les meilleures entreprises de leur secteur : les vainqueurs se verront décerner de nombreux prix, médailles et bourses, remis par nos partenaires et ambassadeurs.

Porter son produit en compétition, c'est prendre part à des concours passionnés qui encouragent, célèbrent et font rayonner les entreprises les plus innovantes. Bénéficiez d'une grande visibilité auprès de journalistes professionnels et de retombées internationales grâce à nos médias et notre réseau SIAL !



CONCOURS OLIVE D'OR

Chaque année, plus d'une centaine d'huiles d'olive extra-vierges sont mises en avant auprès des 20 000 visiteurs du SIAL Canada. À la suite d'une demande croissante, 2 nouveautés viennent enrichir ce concours qui sélectionne les gagnants Goutte d'Or, Argent et Bronze selon les catégories fruité mûr, fruité léger, fruité médium, fruité intense et aromatique.

Le concours est ouvert aux huiles d'olive extra-vierges du monde entier, exposants ou non exposants au SIAL Canada.

Nouveau! Le concours est désormais ouvert aux huiles aromatisées. Les participants concourront également sous leur propre hémisphère !



START-UP: PITCH COMPÉTITION

Vous êtes un entrepreneur ambitieux et souhaitez faire passer votre entreprise en croissance au niveau supérieur ? Vous avez besoin de capitaux ou de l'expertise de l'industrie pour vous aider dans votre développement ?

Le SIAL Canada met au défi les entreprises alimentaires en démarrage lors d'une compétition pour présenter leur concept : « Vous avez 3 minutes pour séduire le jury. »

Courrez la chance de remporter de nombreux prix et bourses dans les 2 catégories : Produit alimentaire ou Boisson & Emballage, Technologie ou Service.



CONCOURS INTERNATIONAL DE FROMAGES

Sous la présidence de notre expert fromager Gurth M. Pretty, un jury constitué de professionnels de l'industrie fromagère évaluera la crème de la crème des fromages et récompensera d'une médaille d'or, les meilleurs fromages parmi les 26 catégories sélectionnées. La cérémonie aura lieu au pavillon Fromage by SIAL devant les médias et les visiteurs du salon le 9 mai 2023.

Ce concours est ouvert aux fromages de tous types de lait, exposants ou non exposants au SIAL Canada. Ne manquez pas votre chance de mettre en avant votre fromage !

Détails, conditions de participation et inscriptions : sialcanada.com/competitions

Historique du dossier des frais de cartes de crédit

À la suite de l'énoncé économique de la ministre fédérale des Finances de novembre dernier, nous vous présentons le chemin parcouru au cours des 17 dernières années sur le dossier des frais de cartes de crédit.

Notre CA nous alerte sur l'introduction d'une nouvelle norme (PCI) qui pourrait avoir un impact sur l'avenir des modes de paiements. Après un peu d'analyse, on constate que le problème est ailleurs. Les frais de transaction par crédit sont en hausse au même moment où elles grugent continuellement les transactions d'Interac et de l'argent comptant.

L'ADA participe à différents comités du Sénat et des Communes sur les frais de cartes de crédit.

La sénatrice libérale Pierrette Ringuette dépose le projet de loi S-215 qui vise à limiter les frais imposés aux commerçants pour l'acceptation des cartes de crédit.

Création de la coalition nationale *Small Business Matters*, regroupant une dizaine d'associations représentant les petites et moyennes entreprises canadiennes dont l'ADA et le CFGI. L'ADA participe à une deuxième ronde de consultations sur le projet de loi S-202.

2006

2009

2009

2010

2012

2013

2014

L'ADA est au cœur de la création de la Coalition québécoise contre la hausse des frais de transaction sur les compagnies de cartes de crédit. Des représentations seront menées conjointement auprès de tous les caucus fédéraux.



Adoption d'un premier code de conduite volontaire par l'honorable Ministre Flaherty. Enquête du bureau de la concurrence sur les compagnies de cartes de crédit.

Dépôt d'un nouveau projet de loi S-202 de la Sénatrice Ringuette pour réglementer l'interchange. Discours de l'honorable premier ministre Harper qui mentionne vouloir régler ce dossier. L'ADA lance une campagne Web en trois capsules pour rappeler au gouvernement que l'évolution fulgurante des coûts associés aux paiements par carte de crédit. Elle participe également aux consultations du projet de loi S-202 et au Comité des Finances.



Dépôt d'un projet de loi C-236 par la députée libérale Linda Lapointe (ex-épicière et administrative de l'ADA) pour limiter les frais de cartes de crédit. Suivra une campagne de sensibilisation des fédéraux députés québécois menée par les membres de l'ADA.

Engagement à réduire le taux moyen à 1,4 % à partir du 1^{er} avril 2020. Beaucoup de petits commerçants paient toujours bien au-delà.



Dans son budget, l'honorable Ministre Freeland s'engage à légiférer sur les frais interchanges et lance de nouvelles consultations.

Est-ce que la Ministre tiendra parole : « Nous allons réduire les frais de carte de crédit, afin que les PME n'aient pas à choisir entre réduire leurs marges déjà étroites et répercuter les frais sur leurs clients. »

2015

2016

2017

2018

2020

2021

2022

2023

Deuxième mouture du code de conduite volontaire par l'honorable Ministre Oliver introduisant l'engagement de taux moyens de 1,5 %. Quelques jours plus tard, le projet de loi sénatorial S-202 est mort au feuillet, puisque refusé par les sénateurs conservateurs.



Rencontre à Ottawa de Small Business Matters avec l'honorable ministre des Finances Bill Morneau.

Pandémie : Hausse fulgurante des ratios d'utilisation des cartes de crédit en plus d'une augmentation marquée des cartes privilège.



Nouvelle campagne de sensibilisation auprès des députés québécois par les détaillants. Dans son énoncé économique le gouvernement publie un projet de modifications législatives à la Loi sur les réseaux de cartes de paiement, et si l'industrie ne parvient pas à une solution convenue dans les mois à venir, Ottawa présentera une législation au cours de la nouvelle année pour régler les frais de transaction par carte de crédit.

TOURNÉE DE L'ADA À PARIS



Dans le cadre de SIAL Paris, l'ADA a organisé un voyage en France avec à la clé l'opportunité de visiter l'un des plus grands et renommés salons alimentaires au monde, mais bien plus encore. C'est un groupe diversifié de 25 détaillants qui a participé à ce premier voyage ADA, et ils se sont promis que ce ne serait pas le dernier.

Le SIAL Paris, c'était cinq jours d'une programmation riche avec des kiosques à perte de vue. Le salon dresse un bilan «extrêmement positif» de cette nouvelle édition placée sous le thème «Own The Change». Au total, près de 7000 exposants de plus de 200 pays étaient réunis pour présenter environ 400000 produits.

Des milliers d'acheteurs de partout se sont donné rendez-vous au SIAL, renforçant la position du salon comme rendez-vous d'affaires incontournable dans le secteur agroalimentaire mondial. Le salon est le théâtre d'une foule de conférences, de panels et de concours, notamment les 21 grands prix de SIAL Innovation qui ont été remis au cours du salon.

«C'est véritablement le laboratoire mondial de l'innovation alimentaire dans toutes ses composantes. L'industrie agroalimentaire a montré sa résilience et son incroyable capacité à embrasser les énormes enjeux qui sont de nourrir à l'horizon 2050 10 milliards d'humains tout en préservant la planète et en favorisant l'éthique», commente Nicolas Trentesaux, DG du Réseau SIAL. Prochain rendez-vous, la 60e édition de l'événement du 19 au 23 octobre 2024.

Un contexte économique qui dépasse largement le secteur alimentaire

Nous le savons, l'invasion russe en Ukraine a des impacts inflationnistes qui contraignent le pouvoir d'achat des consommateurs. Cependant, bien que ce soit une préoccupation majeure en Europe, c'est la crise énergétique qui fait faire des cauchemars à plusieurs entreprises qui dépendent directement ou indirectement de l'approvisionnement en gaz russe. La hausse des coûts de l'énergie atteint des sommets. En effet, des chefs d'entreprises ont vu le prix de leurs factures multiplié par sept. Ce n'est pas évident de trouver des sources alternatives et les solutions ne sont pas légion : augmenter ses prix, diminuer les heures d'ouverture, voire carrément fermer des entreprises.

Vous aurez compris que face à la crise énergétique, la France ménage ses kilowattheures. Depuis octobre, la Ville Lumière l'est chaque jour un peu moins. La tour Eiffel et les Champs-Élysées passent au noir avant minuit, les guirlandes lumineuses de Noël sont aussi en mode minimaliste. Le Plan de sobriété énergétique du gouvernement Macron a mis la barre haute : baisse des thermostats résidentiels à 19 degrés Celsius (et à 18 degrés dans les bureaux de l'État), éclairage réduit de 50 % dans les commerces dès la fermeture. Est-ce que cela suffira?

Durant les deux premières années de la pandémie, la proximité avait regagné le cœur et les cabas des Français. Depuis quelques mois, c'est toutefois l'escompte qui croît significativement en parts de marché. E. Leclerc, grand groupe coopératif, reste largement devant la parade, mais la progression du «hard discounter» allemand Lidl est la plus soutenue. Les commerces de Lidl visités nous semblent encore loin des standards d'exécution des commerces québécois, mais leur percée américaine tout comme celle d'Aldi (aussi propriétaire de Trader's Joe) oblige tous les joueurs du monde alimentaire à les surveiller avec attention.

Tournée de magasins

Lors de notre passage à Paris, nous avons visité une série de commerces avec une préférence pour les commerces propriétaires, plutôt que les chaînes corporatives comme Carrefour, Auchan ou Casino. Vous pourrez ci-dessous vous familiariser avec quelques-uns des commerces visités parce qu'ils sortaient du lot pour différentes raisons. Les boutiquiers, commerces de proximité, drives, escompteurs et épiciers du coin sont légion dans tous les quartiers de Paris. Nous aurions eu besoin d'un format relié pour pouvoir couvrir l'ensemble des visites effectuées par notre délégation.

Épicerie Causses



La Grande Épicerie de Paris



Intermarché Express Issy-les-Moulineaux



E. Leclerc Vitry sur Seine et Drive



Grand Frais Fresnes



Super U Athis Mons et Drive



1

Intermarché Express Issy-les-Moulineaux



Intermarché, c'est l'enseigne historique du Groupe Mousquetaires, celle qui rassemble le plus de points de vente (1856) et défend un positionnement unique et très engagé, celui de «Producteurs & Commerçants». C'est le 2e joueur en matière de parts de marché en France à travers ses adhérents Hyper, Super, Contact et Express.

Nous avons visité un des plus petits concepts du groupe, Intermarché Express, un commerce rénové en 2020, propriété de l'ex-président d'Intermarché monsieur Thierry Cotillard. Compact, situé dans un quartier densément peuplé, mais avec une sélection qui n'a rien de restreint. La cave est impressionnante, on y retrouve même des digestifs ou des grands vins à plus 150 euros la bouteille. Les étiquettes électroniques sont partout, sauf sur les étalages promotionnels ou le merchandising croisé. On comprend que les visites clients sont brèves et fort probablement fréquentes durant une semaine, voire une même journée.

2

Grand Frais Fresnes



Avec aujourd'hui 286 adresses, Grand Frais est une chaîne à la croissance accélérée qui mise, comme son nom l'indique, sur les produits frais plutôt que l'épicerie, qui est ici recalée à quelques rayons en périphérie du local. Il ne manque de rien, mais vous ne trouverez pas plusieurs déclinaisons d'un même produit comme on en trouve généralement en épicerie.

Différentes boutiques spécialisées sont regroupées dans le commerce. On retrouve, par exemple, la boulangerie Marie Blachère à l'entrée du magasin ou Novo Viande Boucheries comme exploitant du comptoir boucherie. L'objectif est de s'adjoindre de l'expertise locale reconnue pour mieux s'intégrer aux habitudes existantes de la clientèle. Variété, fraîcheur et compétitivité semblent être la marque de fabrique. Il n'y a toutefois pas ici de caisses automatisées ni d'étiquettes électroniques.

Coup de cœur : Le mur de fromages au fond du magasin est la plus belle présentation fromagère qui nous a été donnée de voir, même par rapport à des commerces plus huppés.

3

Super U Athis Mons et Drive



Système U est une coopérative de commerçants principalement établis dans les régions françaises. U a moins de commerces dans la capitale que ses principaux concurrents. Système U est une chaîne reconnue pour son engagement à préserver la chaîne agroalimentaire française et particulièrement le tissu agricole. Elle s'est engagée d'ailleurs en octobre dernier à s'approvisionner à 100 % en porc français pour ses charcuteries libre-service.

On visite un commerce ouvert il y a moins d'un an, en décembre 2021. On n'est pas dans la commune la plus cossue, le commerce est adossé à une voie ferrée, mais il y a plusieurs tours d'habitation à proximité. Nous tenons à remercier le directeur du magasin, monsieur Alexandre Ferrand, qui a pris le temps de nous expliquer les particularités du marché et les enjeux de main-d'œuvre. Le commerce dispose d'un petit Drive (click and collect) et d'une foule de services complémentaires pour la population des environs.

On retient des commerces alimentaires français :

- 1 Les portions individuelles sont beaucoup plus présentes que chez nous;
- 2 Les indications de provenance des produits frais prennent une place importante sur les étals;
- 3 Les consignes de tri sur les emballages, même si des questions sur la recyclabilité réelle des emballages (parfois multi-matières) demeurent;
- 4 Les comptoirs de service boucherie, poissonnerie, fromagerie sont à un niveau supérieur;
- 5 La lutte à la «vie chère» et l'escompte prennent beaucoup de place dans le paysage alimentaire français.

E. Leclerc Vitry sur Seine et Drive



La chaîne #1 en France, escompteur de très grande surface (imaginez un Supercenter Walmart, mais avec toute la gamme de produits français). E. Leclerc est une coopérative comptant plus de 598 adhérents indépendants. Elle est présidée par Michel-Édouard Leclerc, fils du fondateur et personnalité médiatique phare de tous les débats qui agitent le commerce français.

L'objectif principal de la visite était de mieux comprendre la mécanique d'opérations du Drive français dont Leclerc est le leader. Le site se retrouve à proximité du E. Leclerc, mais sur un site dédié. Monsieur Arthur Fabre et son équipe nous ont fait faire un tour complet du Drive qui dessert le sud de Paris. Convoyeurs automatisés, étagères et chambres froides conventionnelles composent ce site bigarré. On dirait que l'endroit s'est construit en cours de route, avec la volonté de ne pas faire attendre un seul client.

Armés de lecteurs optiques, des commis s'affairent dans les différentes sections de l'entrepôt pour assembler les commandes en quelques minutes à peine avant l'arrivée des clients. La clé de ce grand ballet, tous les employés sont formés pour tous les postes, qu'ils vont occuper en rotation. Il ne vous reste plus qu'à compléter votre commande en ligne et à réserver une plage disponible pour venir récupérer votre commande en voiture. La recette semble bonne, Leclerc totalise 45 % des parts de marché Drive en France avec 4,75 milliards d'euros.

Le magasin physique de l'adhérent monsieur Franck Bouaziz n'est pas moins impressionnant. En plus d'un supercentre de 53 caisses, sans compter celles en libre-service, un mini centre d'achat incluant notamment un centre d'optique, une agence de voyages, un espace culturel, un espace techno et une pharmacie, tous signés E. Leclerc. Le commerce atteint des ventes de 150 millions d'euros annuellement en seulement 6 jours d'ouverture (Leclerc est fermé le dimanche). À l'intérieur des rayons alimentaires, il y a de tout, pour tous les goûts, des formats familiaux premiers prix aux plus belles pièces de la mer.

Épicerie Causses



Causses, créé en 2011, est un magasin d'alimentation générale de qualité et du quotidien, inspiré par les valeurs du slow food. Causses privilégie les relations directes avec le producteur et le local dès que possible tout en proposant des produits issus de plus de 150 fournisseurs de fruits et légumes, beurre, œufs, fromages, charcuterie, saucisserie, épicerie salée et sucrée, pains et viennoiseries.

La boutique est toute petite et donc sa sélection est restreinte, mais elle correspond bien aux attentes de la clientèle locale du 9^e arrondissement. On s'y fait servir les charcuteries ou fromages tout juste à côté du commis. Avec pour mission de transformer les courses en un moment de découvertes et de convivialité, Causses est un gage de produits authentiques et de qualité.

La Grande Épicerie de Paris



Propriété de LVMH, La Grande Épicerie de Paris elle est une véritable référence culinaire de la capitale. Elle propose une offre unique de produits alimentaires de qualité en provenance des régions françaises et des quatre coins du monde. Avec plus de 30000 références à disposition, la clientèle peut découvrir une offre pointue toujours renouvelée de produits avec plusieurs pics de spécialités : l'épicerie, la cave, les corbeilles cadeaux, les produits de luxe (comptoirs de services de foie gras et de caviar), les huiles d'olive, les produits frais (fromagerie, charcuterie, poissonnerie, boucherie). La Grande Épicerie met en valeur le savoir-faire de ses 120 artisans qui cuisinent sur place — au sous-sol du magasin — tous les produits de la pâtisserie, de la boulangerie et les produits prêts à manger.

En un mot, c'est un commerce orgiaque. Il n'y a rien de trop beau, ce qui se trouve totalement à l'opposé du concept d'un Lidl. Que ce soit pour se sustenter à l'une des différentes cuisines alléchantes, faire quelques emplettes savoureuses ou juste pour faire du lèche-vitrine, La Grande Épicerie de Paris est un arrêt obligé pour tous les gourmands qui passent par le 6^e.

CSMOCA

FREINEZ LA PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE!



DÉJOUÉZ LA PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE AVEC LE PAMT!

Un mode d'apprentissage **FACILE** et **EFFICACE** qui permet
de former en emploi votre personnel actuel.

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



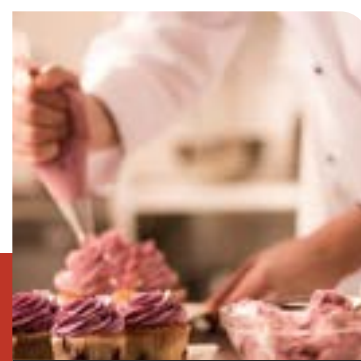
BOUCHER.ÈRE



POISSONNIER.ÈRE



BOULANGER.ÈRE



PÂTISSIER.ÈRE



OUTILS COMPLÉMENTAIRES PAR EXCELLENCE

Guides numériques PRODUITS offerts sans frais pour chacun des PAMT !

Visitez le csmoca.org et suivez-nous sur les réseaux sociaux !

Contact : info@csmoca.org | 514 499-1598



La nouvelle année est maintenant arrivée et nous savons à quel point l'achalandage des fêtes a été une période occupée dans vos magasins. Vous avez dû faire face à de nombreux défis tout en jonglant avec un manque de ressources. Les taux de postes vacants sont vertigineux dans toutes les régions du Québec. Mais alors que l'accalmie s'installe doucement, ce serait le bon moment pour agir et revoir nos façons de faire afin de déjouer la pénurie de talents dans le secteur. Comment vous démarquer de vos concurrents directs, mais également de ceux des autres industries? Comment attirer de nouveaux candidats souhaitant être formés et surtout conserver vos employés actuels? Une piste de solution est de mettre en place de nouvelles stratégies de fidélisation comme le programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)! Ce programme de formation sans frais, structuré, reconnu et efficace vous permet de former rapidement vos employés en emploi!

PAMT

Former vos employés directement en magasin est une excellente solution pour les motiver et ainsi les garder en poste plus longtemps. Mettez l'innovation au premier plan avec le PAMT, LE mode d'apprentissage à privilégier pour former votre relève! Offert pour les métiers de boucher.ère, de poissonnier.ère, de boulanger.ère et de pâtissier.ère, ce programme vise à jumeler un employé d'expérience (compagnon) à un collègue moins expérimenté (apprenti) pour lui transmettre son savoir-faire, étape par étape. Instaurer un PAMT dans votre commerce vous permet de solidifier les liens entre les membres de votre équipe, d'améliorer leurs compétences et de les fidéliser. En prime, vous bénéficiez d'un crédit d'impôt pour le salaire de l'apprenti et du compagnon! À la fin du processus de formation, l'apprenti et le compagnon se voient décerner un certificat de qualification professionnelle du ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MTESS), une excellente façon de souligner et de reconnaître les efforts déployés par vos collègues. Démarquez-vous des autres commerces de votre région en offrant à vos employés la possibilité d'apprendre un métier spécialisé!

Pour en savoir plus sur le programme d'apprentissage en milieu de travail:
csmoca.org/programme-dapprentissage-en-milieu-de-travail-pamt/

OUTILS COMPLÉMENTAIRES

Une fois inscrits dans un programme PAMT, les apprentis et compagnons ont accès à des outils complémentaires. Pour chacun des quatre programmes offerts dans le secteur, un guide PRODUITS est disponible sans frais! En guise de soutien aux différents métiers, les guides des viandes et volailles, de la poissonnerie, de la boulangerie et viennoiserie et de la pâtisserie sont accessibles en tout temps en format numérique sur le site Internet du CSMOCA! À travers chacun des guides, découvrez des fiches descriptives détaillées ainsi que des tableaux des produits les plus populaires au Québec. L'outil PAR EXCELLENCE pour aider vos employés dans la réussite de leur PAMT! Deux autres guides sont aussi disponibles en appui à nos formations en ligne Commis : le guide des fromages et charcuteries et le guide des fruits et légumes!

Pour consulter les guides produits:
<https://csmoca.org/guides/>

Charlotte Pigeon
Conseillère sénior
aux communications
cpigeon@csmoca.org



Retrouvez-nous sur sur nos médias sociaux

On y partage et commente des nouvelles de l'industrie alimentaire. C'est aussi une bonne façon de suivre les événements et les activités de l'ADA.

JOIGNEZ-VOUS À LA DISCUSSION!

Retrouvez-nous en
cherchant le pseudo :
@ADAQuebec



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



CONCOURS

**LES ALIMENTS
DU QUÉBEC**
dans mon panier!



GAGNANTS 2022

Du 8 au 28 août derniers, les Québécois ont pu observer dans plusieurs commerces de la province des projets créatifs, innovateurs et grandioses entre détaillants et fournisseurs autour d'un produit vérifié par Aliments du Québec. Ces collaborations ont permis non seulement de faire mousser les ventes de ces produits, mais aussi de rappeler l'importance d'acheter des produits locaux pour encourager les entreprises d'ici.

Un jury a sélectionné les trois projets qui se sont le plus démarqués dans les catégories suivantes: commerce de proximité, grande surface et produit régional. Les grands gagnants ont été annoncés lors du 66^e congrès de l'ADA. De plus, le public a pu voter pour son projet coup de cœur. Ce dernier a été dévoilé sur les réseaux sociaux de l'ADA.

Commerce de proximité

1^{re} position Éco-Boutique Un Monde à Vie avec Maple 3

Avec la magnifique présentation directement devant l'entrée de la boutique, Éco-Boutique Un Monde à Vie a su susciter l'intérêt de sa clientèle envers l'eau d'érable de Maple 3, un produit aux mille bénéfices pour les gens qui pratiquent des activités sportives. Entre autres, des visuels accrocheurs témoignaient des bienfaits de l'eau d'érable pour s'hydrater. En plus des dégustations organisées presque chaque jour, l'équipe d'Éco-Boutique Un Monde à Vie s'est investie à 100 % dans le projet sur les réseaux sociaux, mais aussi en boutique en se plaçant comme intervenante clé dans la promotion du produit vedette.

2^e position Marché Tradition Famille Jasmin avec Microbrasserie Saint-Arnould

Marché Tradition Famille Jasmin n'a pas hésité à montrer fièrement sa participation au concours *Les Aliments du Québec dans mon panier* à sa clientèle. En effet, son kiosque orné de ballons bleus aux couleurs du Québec ainsi que du logo Aliments du Québec a fait tourner les têtes des amateurs de bières puisque leur produit vedette était la nouvelle bière Marie Framboise de la microbrasserie Saint-Arnould. De nombreuses invitations à aller voter pour leur projet ont également fait partie de leur plan d'action tant en magasin que sur les réseaux sociaux.

3^e position Rachelle Béry Barcelo avec Allo Simonne

De belles initiatives ont été réalisées par l'équipe de Rachelle Béry, ce qui leur a permis non seulement de mousser les ventes du produit depuis le concours, mais aussi de mobiliser détaillant, fournisseur et même clientèle dans ce beau projet. Un kiosque a été placé à l'entrée du magasin où des dégustations étaient offertes, et ce, même après la fin du concours. Petits et grands à la dent sucrée ont donc pu se régaler.



1





Grande surface

1^{re} position IGA extra Marché Clément des Forges avec Miel Dubreuil

Le décor flamboyant du IGA extra Marché Clément des Forges évoquait sans aucun doute le produit vedette, soit le miel de trèfle liquide, mais aussi plusieurs autres produits vendus par le fournisseur comme le popcorn au miel, la moutarde au miel et plus encore. L'abeille géante, les ballons et les fleurs attiraient ainsi le regard de nombreux visiteurs qui n'ont pas hésité à participer au concours organisé pour l'occasion. Ces derniers ont pu également en apprendre davantage sur les bienfaits du miel sur la santé. Enfin, les nombreuses dégustations et le tirage d'un panier cadeau ont su ravir la clientèle.

2^e position Pasquier Delson avec Groupe Triani

Alors que le concours battait son plein durant le mois d'août, l'équipe du Pasquier Delson a suivi la tendance en choisissant un thème estival pour mettre de l'avant leur produit vedette, la boisson Mojo. En plus des visuels accrocheurs sur un écran géant, Pasquier Delson a su faire ressortir l'aspect important du produit, soit qu'il est fait de vrai jus de fruits, en plaçant le kiosque près des fruits surgelés et des recettes de cocktails, par exemple. Ainsi, les nombreuses mises en marché croisées aux quatre coins du magasin ont constitué des rappels constants du concours aux clients.



3^e position Provigo Desrochers avec La Petite Bretonne

Abordant la thématique camping, le marché Provigo Desrochers a su recréer une ambiance chaleureuse et festive autour de leur produit vedette. En plaçant les Micro Croissants comme un incontournable sur la route pour les familles, l'équipe a su s'allier avec le camping Complexe Atlantide pour concevoir un concept digne d'un camping parfait. Dès l'entrée en magasin des clients, le kiosque et plusieurs affichages étaient bien visibles. Bref, nous pouvons dire que le concours a pris possession du marché Provigo Desrochers, et ce, pour le mieux.



Envie d'en voir plus ?
Visionnez les vidéos
des projets ▶



Produit régional

1^{re} position Metro Saint-Tite avec Lapin de Saint-Tite

Le concept de cabane organisé autour du produit les bines au lapin a su mobiliser toute l'équipe du Metro Saint-Tite par un décor hors de l'ordinaire qui rappelle la cabane de chasse ou un bon brunch à partager. Le produit vedette entouré de ses incontournables tels que les œufs, le bacon, le sirop d'érable et le bon pain maison ont charmé les papilles gustatives de la population de Saint-Tite. En plus de goûter à ce produit hors de l'ordinaire, les clients ont pu en apprendre davantage sur l'élevage de lapins de la région. Des banderoles, des publicités et même une mascotte de lapin ont suscité l'engouement de tous pour le concours et, surtout, pour les bines au lapin.



2^e position IGA Famille Gaouette avec C'est Belge

L'équipe du IGA Famille Gaouette a voulu laisser sa trace lors de cette 7^e édition en ne faisant pas les choses à moitié. Avec son énorme structure ornée de ballons, une boîte de gaufres a su attirer l'attention de la clientèle sur le produit vedette mais aussi sur le concours. Des dégustations et des remises de ballons ont su combler les petits comme les grands. D'ailleurs, le restaurant Oblon a même pris part à la fête en concoctant une recette à base de gaufre pour faire la promotion du concours. Des prix ont également été tirés chez le détaillant, mais aussi chez les restaurateurs C'est Belge.



3^e position IGA Marchés Lambert Cadiac avec Signé Caméline

IGA Marchés Lambert Cadiac a centré la promotion de son produit vedette, l'huile de caméline extra-vierge, en prenant le temps d'expliquer en quoi consiste la caméline, ses bienfaits et son procédé de fabrication. Une vidéo explicative ainsi que des invités de marque ont pu éclairer les clients sur cette huile. Par ailleurs, chaque semaine, des recettes étaient présentées afin de faire découvrir les différentes propriétés de la caméline aux clients. Ceux-ci ont pu se régaler en plus de profiter des tirages hebdomadaires d'un panier cadeau.



Vote du public

1^{re} position Intermarché Boyer avec Unibroue

Avec 5 694 votes à son actif, l'Intermarché Boyer et son partenaire Unibroue ont remporté la première place dans la catégorie Vote du public en mettant de l'avant la bière Saison Libre. La gigantesque structure où était exposé le produit vedette a su impressionner les clients à première vue. Puis, ceux-ci ont pu déguster la boisson alcoolisée tout en participant à des concours organisés pour l'occasion. Il y a également eu en magasin de la sollicitation auprès de la clientèle à participer activement au concours en allant voter sur leurs réseaux sociaux. Une belle campagne qui a permis de faire rayonner l'Intermarché et Unibroue à travers tout le Québec.



TRAVAILLER AU FROID... MIEUX VAUT PRÉVENIR QUE GUÉRIR !



Saviez-vous que
le froid augmente le
risque d'accident
dans votre milieu
de travail ?

Exposition du corps au froid :

L'exposition au froid peut provoquer une perte de dextérité ou de sensibilité tactile, voire même causer des engelures aux extrémités du corps (doigts, orteils, nez, joues, oreilles) ou l'hypothermie. De plus, un environnement froid peut entraîner des chutes sur un sol glissant et augmenter le niveau de fatigue d'une personne en raison de la dépense énergétique nécessaire au maintien de la chaleur corporelle.



Quelques suggestions de moyens de prévention :



Recouvrir les poignées et les barres
métalliques d'un isolant thermique



Porter des vêtements adaptés à la
température et aux tâches à exécuter ;
par exemple, porter plusieurs épaisseurs
et bien se couvrir la tête



Alternier les périodes de travail et de
réchauffement



Exercer une surveillance accrue pour
reconnaître les signes ou les symp-
tômes d'une lésion due au froid et pour
repérer les dangers pour la sécurité

En planifiant les travaux effectués au froid, vous
vous assurez de pouvoir compter sur des
travailleurs en santé et en sécurité. Pour en savoir
plus sur les moyens de prévenir les lésions dues
au froid, consultez la page **Travail au froid**.

59^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



29 MAI 2023

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



ON SE VOIT SUR LES VERTS!

PROFITEZ-EN POUR FORMER UN QUATUOR ET RENFORCER OU DÉVELOPPER VOS LIENS D'AFFAIRES AVEC DES DÉTAILLANTS!

Nous vous encourageons fortement à inviter vos clients détaillants à notre tournoi de golf afin de développer ou de consolider vos relations d'affaires avec ceux-ci. Rares sont ceux qui refusent de passer une journée en plein air dans une ambiance amicale et décontractée. Sachez que nous pouvons également vous mettre en contact avec des détaillants afin de compléter votre quatuor.

COÛT MEMBRE FOURNISSEUR

1375 \$

+TX

Inclus : 4 dîners, 4 droits de golf, 2 voiturettes, 4 accès au cocktail, consommations incluses.

HORAIRE*

INSCRIPTION
10h30

BRUNCH
11h00

DÉPART
12h00
(Formule Shotgun
/ Vegas à 4 joueurs)

COCKTAIL DÎNATOIRE
18h00

*Possibilité de changements en fonction de la situation sanitaire

INFORMATION ?

Stéfany Archambault
sarchambault@adaq.qc.ca
(514) 982-0104 poste 237

59^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Raison sociale _____
Adresse _____
Ville _____ Code postal _____
Courriel _____
Téléphone _____
Cellulaire _____

QUATUOR 1

Joueur 1 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 2 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 3 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 4 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

QUATUOR 2

Joueur 1 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 2 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 3 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 4 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

QUATUOR ☐ x 1375 \$ = +tx.
(membre fournisseur)

QUATUOR ☐ x 1575 \$ = +tx.
(non-membre fournisseur)

JOUEUR INDIVIDUEL ☐ x 395 \$ = +tx.
(membre fournisseur)

JOUEUR INDIVIDUEL ☐ x 450 \$ = +tx.
(non-membre fournisseur)

DÉTAILLANT ☐ x 295 \$ = +tx.

COCKTAIL DÎNATOIRE ☐ x 115 \$ = +tx.

MONTANT TOTAL À PAYER

+tx.

*Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront cocktail dans le champ
« Nom des joueurs »

COMMANDITE

Je désire prendre une commandite:

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

QUATUOR

Comprend : 4 droits de golf et voitures, 4 dîners et 4 cocktails.

JOUEUR INDIVIDUEL

Comprend : droit de golf et voiturette, dîner et cocktail

MODE DE PAIEMENT

☐ Par chèque ☐ Visa ☐ MasterCard

Nom : _____

N° : _____ Exp : ____ / ____

Signature : _____

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à sarchambault@adaq.qc.ca. Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 15 mai 2023. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : (514) 982-0104 poste 237.



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



Souhaitant valoriser le programme ATE Boucherie de détail et le métier de boucher, l'ADA a décidé d'organiser un concours du meilleur élève boucher de détail. Cet hiver, chaque centre de formation participant organisera un concours à l'interne pour déterminer leur représentant qui participera à la grande finale québécoise devant un comité d'experts du secteur.

Cette compétition entre confrères bouchers leur permettra de mettre de l'avant les compétences acquises lors de leur formation et de récompenser l'excellence de l'exécution dans un contexte sous pression.

Que le meilleur gagne!

Voici nos deux premiers jury:



Pascal Hudon

Boucherie Pascal le boucher rue Saint-Denis Montréal

Pascal Hudon a toujours baigné dans le domaine de la boucherie, puisque ses parents tiennent une boucherie artisanale à Montréal depuis 1993. Tout en évoluant dans l'entreprise familiale, il a effectué des études dans plusieurs domaines avant de s'inscrire au Certificat en gestion et pratiques socioculturelles de la gastronomie à l'ESG (UQAM).



Patrick Pinard

Boucherie Clément Jacques, Boucherville, Magog et Sherbrooke

Patrick Pinard est Directeur Général et Copropriétaire Clément le gourmand et Boucherie Clément Jacques. Il est convaincu « qu'on naît entrepreneur », mais se considère chanceux de suivre les traces d'un père qui a réussi en affaires et qui lui a ouvert des portes. Patrick siège au conseil d'administration de l'ADA depuis 2018.

Date : 12 avril 2023

Lieu : l'École hôtelière de la Montérégie

***Sur invitation seulement**

Partenaire officiel : BOEUF QUÉBEC



Des nouvelles sur le programme ATE+ boucherie

Grâce au travail et aux efforts acharnés du directeur du développement des affaires de l'ADA, monsieur Daniel Choquette, en collaboration avec le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, le programme ATE+ boucherie connaît un véritable succès qui ne cesse de croître auprès de la population.

Avec ses 12 cohortes à son actif en septembre 2022, soit plus de 160 étudiants qui suivent la formation, ce programme rémunéré d'alternance travail-études permet maintenant depuis 3 ans de combler un besoin de main-d'œuvre criant

dans ce secteur. En outre, le programme de boucherie ATE+ permet d'avoir accès à une formation terrain complète et enrichie de 900 heures qui établit un contact entre des vétérans du métier et les futurs bouchers. Une belle façon de valoriser ce métier essentiel dans l'industrie alimentaire.

En raison de la demande, de nouvelles cohortes verront le jour dès début 2023, soit à Cowansville, Longueuil, Québec et Montmagny. L'école Calixa-Lavallée accueillera également une cohorte, mais seulement à compter de mars 2023.

À ce jour, plus de 200 étudiants ont brandi fièrement leur diplôme de boucher reconnu par le ministère de l'Éducation. Comme quoi la relève de tout âge est de plus en plus présente dans ce secteur d'activité.

Pour plus de détails en lien avec le programme ou toutes autres questions connexes, n'hésitez pas à contacter M. Daniel Choquette.

Daniel Choquette
Directeur, Développement des affaires de l'ADA
514 262-1691 | dchoquette@adaq.qc.ca





SAVIEZ-VOUS QUE:

100%

DES PRODUITS CHOCOLATS FAVORIS
VENDUS EN ÉPICERIE SONT FAITS
DE CACAO DURABLE ET ÉQUITABLE!



CHOCOLATS
FAVORIS

COMPLICES DEPUIS 1979

LA MAGIE DU
CACAO
DURABLE



FÉLICITATIONS

AUX FINALISTES ET LAURÉATS

2022



PARTENAIRES :



FASKEN



LAURÉATS

CATÉGORIE PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS

- 1 PRODUITS DE BOULANGERIE / PÂTISSERIE
Bela Peko pour Bela Peko - Pancake Choco & Cource Butternut
- 2 JUS ET BOISSONS
Distribution Bobba pour Bobba
- 3 PROTÉINES ANIMALES
Fumoirs Gosselin pour son Bacon fumé au bois
- 4 PRODUITS DE LONGUE CONSERVATION
Colibri Vanille pour Les extraits de Colibri Vanille
- 5 METS PRÉPARÉS
Benny&Co. pour les Produits d'épicerie Benny&Co. : Pépites squick squick
- 6 PROTÉINES VÉGÉTALES
Chickumi pour sa Galette au concassé de pois chiche
- 7 CHOCOLATS, COLLATIONS, DESSERTS ET CONFISERIES
Séva Nature pour sa Crème glacée molle végétale
- 8 ALCOOLS DISTILLÉS
LOOP Mission pour son Gin Fizz LOOP Mission
- 9 CATÉGORIE EMBALLAGE
Agropur Coopérative Laitière pour sa Boîte OKA 100% recyclable
- 10 CATÉGORIE TECHNOLOGIE & PRODUCTIVITÉ
Ferme d'Hiver pour sa Ferme d'Hiver

PRIX DE NOS PARTENAIRES

- 11 PRIX ENTREPRENEURIAT BANQUE NATIONALE
Benny&Co.
- 12 PRIX ENTREPRISE INNOVANTE DESJARDINS
Séva Nature
- 13 PRIX PRODUCTIVITÉ INVESTISSEMENT QUÉBEC
KWE Cocktails
- 14 PRIX ÉCO-RESPONSABLE FASKEN
Still Good



FINALISTES

Benny&Co. pour ses Produits d'épicerie Benny&Co. : Bouchées végé-tao | Boulangerie Lanthier pour ses Buns Briochés Tout Garni / Everything Brioche Buns LA FOURNÉE DORÉE | Carrément Tarte pour sa Pâte feuilletée Végétale prête à garnir | Cascades pour son Panier fermé en carton ondulé pour fruits et légumes frais | Les Compagnies Loblaw Limitée pour son Emballage éco-responsable - Café PC et sans nom | L'Érable au fil du temps pour ses Cornets Tire et Beurre aux Canneberges | La Fourmi pour son Grand Granola | Insectes Intrinsekt pour T-Crouch épicés, croûtons protéinés | KWE Cocktails pour Sumacade | Logan Petit Lot pour son Beurre d'Arachides Créatifs 100% traçables | Nortera -anciennement Bonduelle Amériques- pour ses Légumes à rôtir Récolte du Marché - Arctic Gardens | La Pimenterie pour Nectar, la première sauce piquante PAS piquante | Still Good pour son UpGrains - Granola revalorisé aux bleuets et chocolat noir | Surette Condiments pour sa Balsamique de pomme et érable | Tempehine - Les Aliments Merjex pour son Tempeh Haché - Saveur Tex-Mex | WeCook pour WeCook ready-to-eat meals innovation

NOUVELLES

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.

FERME D'HIVER OBTIENT 46 M\$ POUR QUADRUPLER SA PRODUCTION ET SE POSITIONNER PARMI LES LEADERS MONDIAUX DE L'INDUSTRIE DES FERMES VERTICALES.



L'entreprise québécoise produira un million de kilos de fraises par année à son site de Vaudreuil.

Ferme d'Hiver, la jeune entreprise québécoise qui a pour cible de remplacer 10 % des importations de fraises au Canada, annonce avoir obtenu un financement de 46 millions de dollars grâce à la confiance renouvelée du gouvernement du Québec et à l'appui d'Investissement Québec, ainsi qu'à l'arrivée de nouveaux investisseurs (Desjardins, Financement agricole Canada, La Financière agricole du Québec, Capital Financière agricole inc. et deux partenaires privés). Ferme d'Hiver emploiera ces fonds pour construire l'une des plus importantes fermes verticales vouées à la fraise au monde. Chaque année, le site de Vaudreuil assurera la mise en marché de près d'un million de kilos de la succulente Fraise d'hiver.

Dans les prochains mois, six salles de 600 m² chacune s'ajouteront aux deux qui sont présentement en activité. Celles-ci permettront de cultiver ici, à longueur d'année, une fraise savoureuse en récupérant 90 % de son eau d'irrigation, en utilisant 20 à 25 fois moins d'espace que la production en champs et en ne générant pratiquement aucun gaz à effet de serre. Afin de déployer un tel projet à Vaudreuil, Ferme d'Hiver annonce également avoir fait l'acquisition de l'entreprise de son partenaire maraîcher, Les Serres Vaudreuil. Ainsi, la famille St-Denis se consacrera entièrement à la gestion des opérations et à la production de la Fraise d'hiver, continuant à mettre son expertise au service d'une agriculture de proximité.

newswire.ca/fr/news-releases/ferme-d-hiver-obtient-46-m-pour-quadrupler-sa-production-et-se-positionner-parmi-les-leaders-mondiaux-de-l-industrie-des-fermes-verticales-806472209.html

UN DÉPANNEUR LIBRE-SERVICE DANS UNE MINIMAISON À SAINT-LÉANDRE

Une entrepreneure de Saint-Léandre, près de Matane, croit avoir trouvé la solution au manque de services dans les petites municipalités. Il s'agit d'un dépanneur libre-service avec pignon sur rue dans une minimaison.

À Saint-Léandre, une petite municipalité qui compte 350 habitants, il faut se déplacer jusqu'à Matane ou Saint-Ulric pour avoir accès à une épicerie. Camille Therrien-Tremblay, présidente-directrice générale de CAMM Construction, qui fabrique des minimaisons veut donc installer son Lib Dépanneur dans une de ses constructions au centre du village.

Ce dépanneur serait ouvert 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, sans la présence permanente d'un employé. Seul un employé serait embauché à mi-temps pour regarnir les tablettes. Grâce à la technologie, les consommateurs pourraient se servir eux-mêmes. Ils auraient accès à 300 produits, qu'ils soient frais, locaux ou congelés. D'autres produits d'hygiène et de base seraient aussi disponibles.

ici.radio-canada.ca/nouvelle/1942011/saint-leandre-depanneur-libre-service-technologie



UN PROGRAMME DE CERTIFICATION COMMERCIALE POUR REJOINDRE LES ÉPICERIES

Pour aider les plus petites entreprises agroalimentaires à notamment s'ouvrir les portes des épiceries, le gouvernement du Canada appuie la création d'un programme de certification commerciale. Le financement de 336 858\$ soutiendra l'association sans but lucratif GS1 Canada dans le développement de nouveaux services de formation adaptés à ces entreprises, dont des modules d'apprentissage et un portail virtuel de ressources adaptées aux petites et micro-entreprises.

GS1 Canada projette d'équiper au moins 200 entreprises partout au Canada. Celles qui compléteront le programme de certification auront aussi accès à d'autres services de l'association pendant un an, incluant le code à barres, une exigence de plusieurs distributeurs canadiens, et un accès aux outils en ligne pour faire l'échange de données bilingues sur la qualité des produits avec des partenaires commerciales.

detaillantalimentaire.com/Un-programme-de-certification-commerciale-pour-rejoindre-les-epiceries

 PARTENARIAT
CANADIEN pour
l'AGRICULTURE

L'INDUSTRIE



NOMINATION CHEZ EXPO CANADA FRANCE

Les membres du conseil d'administration d'Expo Canada France, organisateur du SIAL Canada, sont heureux d'annoncer la nomination de madame Bianca Kennedy comme nouvelle directrice générale de l'entreprise. Ses succès avérés dans le secteur des expositions font d'elle la candidate idéale pour diriger l'évolution, l'innovation et la croissance de l'organisation.

Madame Kennedy a une longue et brillante carrière dans le secteur des expositions au Canada, notamment en tant que présidente et cheffe de la direction du Conseil de l'industrie de la motocyclette et du cyclomoteur. Elle est une leader reconnue, avec plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie des salons professionnels et des salons grand public, en plus d'avoir occupé des postes de direction dans certaines des plus grandes organisations de production d'événements au Canada. Madame Kennedy a été présidente de l'Association canadienne de gestion d'expositions, de juin 2020 à juin 2022, où elle a rencontré et travaillé avec monsieur Xavier Poncin qui nous a quittés subitement le 27 juillet dernier. Ce n'est pas un hasard si elle a été choisie pour assurer la continuité de la marque SIAL Canada. Elle a la volonté, l'énergie et l'enthousiasme nécessaires pour suivre les traces de monsieur Poncin et bâtir sur son incroyable héritage en continuant à élever la marque et l'expérience SIAL Canada.



NOMINATION CHEZ LE CONSEIL QUÉBÉCOIS DU COMMERCE DU DÉTAIL

Le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) vient de nommer monsieur Damien Silès à titre de directeur général.

Le conseil d'administration en a fait l'annonce le 20 décembre 2022 par voie de communiqué.

Auparavant à la tête du Quartier de l'innovation de Montréal et de la Société de développement social de Ville-Marie, monsieur Silès succédera ainsi à Jean-Guy Côté. Ayant quitté le CQCD au cours de l'automne 2022, monsieur Côté était directeur de l'association représentant les grandes entreprises de commerce de détail et de distribution au Québec depuis mars 2021.



NOMINATION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ASSOCIATION DES MICROBRASSERIES DU QUÉBEC (AMBQ)

À l'occasion de leur première réunion suivant l'assemblée générale annuelle, les membres du conseil d'administration de l'Association des microbrasseries du Québec (AMBQ) ont déterminé la composition des officiers pour l'année à venir. C'est sous la présidence de monsieur Jean-François Nellis (Microbrasserie Pit Caribou) que le conseil effectuera ses activités.

Monsieur Nellis sera épaulé dans ses fonctions par d'autres administrateurs provenant de microbrasseries aux modèles d'affaires variés.

Les membres ont profité de cette rencontre pour remercier chaleureusement le président sortant, Martin Parrot, pour son implication et son dévouement au service du développement de l'industrie des microbrasseries. L'AMBQ est heureuse de compter sur des administrateurs engagés qui œuvreront afin de contribuer à un environnement d'affaires porteur pour le développement de l'industrie des microbrasseries du Québec.

ACTUALITÉS TCBO

MONTRÉAL

5^e ÉDITION DES RENCONTRES D'ACHETEURS



DU 13 AU 24 FÉVRIER 2023, LE CIBÎM ORGANISE SA 5^E ÉDITION DES RENCONTRES D'ACHETEURS. UNE SEMAINE DÉDIÉE AU MARCHÉ DU DÉTAIL ET UNE SEMAINE POUR LE MILIEU INSTITUTIONNEL. DEUX SEMAINES INCONTOURNABLES RASSEMBLANT QUATRE ACTIVITÉS :

Rencontres d'acheteurs

Des speed-dating entre acheteurs et transformateurs alimentaires pour développer des relations avec des acheteurs souvent inaccessibles et potentiellement décrocher de nouveaux contrats.

L'alimentation de demain : un marché à la fois

En parallèle, du 13 au 24 février 2023 le CIBÎM vous propose une série de conférences virtuelles intitulées « L'alimentation de demain : un marché à la fois ». Une quinzaine de conférences, entretiens avec des professionnels du domaine et panels pour répondre aux défis des acheteurs et des transformateurs alimentaires.

Journée d'ouverture des rencontres d'acheteur

Le 14 février 2023, le CIBÎM (Carrefour de l'Industrie Bio-alimentaire de Montréal) et les Tables de concertations Bioalimentaires du Québec vous invitent à la journée d'ouverture des rencontres d'acheteurs HRI en présentiel à l'hôtel Universel, Montréal. La journée débutera par un dîner, suivi de panels et témoignages dont les sujets s'adressent à tous les acteurs du milieu HRI. Ne manquez pas notre cocktail !

La Grande Dégustation des produits québécois

Le 24 février 2023 aura lieu la première édition de la Grande Dégustation des produits québécois propulsée par le CIBÎM et Aliments du Québec. Les acteurs de l'industrie seront présents pour se rencontrer, échanger, déguster des produits québécois et découvrir de nouveaux transformateurs.

Pour en savoir davantage sur ces activités et pour vous inscrire, rendez-vous ici : <https://cibim.org/>

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

LA FOIRE ZONE BORÉALE : TISSER DES LIENS ENTRE LES MARCHÉS ET LES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES

La Table agroalimentaire du Saguenay–Lac-Saint-Jean tenait, en octobre dernier, sa toute première Foire commerciale agroalimentaire. La programmation s'effectuait en deux temps, soit deux journées destinées au réseautage entre, premièrement, les entreprises agroalimentaires du Saguenay–Lac-Saint-Jean et les marchés potentiels de la région, et deuxièmement, auprès de représentants du marché du détail et du secteur HRI. Une portion était également destinée au grand public.



CRÉER DE NOUVEAUX LIENS ENTRE DÉTAILLANTS ET ENTREPRISES

Près de 50 entreprises agroalimentaires ont eu l'opportunité de rencontrer plus de 40 détaillants alimentaires de la région, issus autant de grandes bannières que d'épiceries spécialisées, qui se sont déplacés à Saguenay pour l'occasion. La technologie a été mise à contribution par l'utilisation de l'application B2B2GO, qui permettait la prise de rendez-vous d'affaires sur place. Chaque participant pouvait personnaliser son profil et indiquer ce qu'il recherchait. Certains détaillants arrivaient préparés afin de trouver des types d'aliments en particulier, alors que d'autres étaient en mode découverte et se laissaient surprendre par l'offre alimentaire diversifiée sur place et par les nombreuses nouveautés.

«Comme les clients sont de plus en plus à la recherche d'aliments locaux, cela fait plusieurs années que nous travaillons avec l'image de marque Zone boréale, qu'on maintient une offre intéressante sur les tablettes et qu'on identifie les produits régionaux. La Foire a tout de même été capable de nous surprendre d'abord en termes de découvertes, mais aussi en matière de rencontres de qualité, nous permettant de créer ou de renforcer nos liens d'affaires et de négocier de réelles ententes.» – Éric Régnier, propriétaire, les IGA Régnier Chicoutimi-Nord et Métabetchouan–Lac-à-la-Croix.

Un dîner réseautage exclusif aux représentants des 11 marchands IGA du Saguenay–Lac-Saint-Jean et de la bannière Sobeys a aussi permis aux entreprises de faire découvrir leurs produits grâce à des boîtes de dégustation. Une programmation de conférences interpellant les différents marchés était aussi proposée.

«Nous comptons une cinquantaine de détaillants au Saguenay–Lac-Saint-Jean partenaires Marchands Zone boréale. Ils sont engagés à soutenir les entreprises agricoles et agroalimentaires pour leur vente au détail, à offrir une variété ou un volume considérable de produits dans leur commerce, à identifier et à mettre en valeur les produits locaux dans leur établissement. La Foire Zone boréale fut l'occasion encore une fois de constater leur mobilisation envers l'industrie agroalimentaire régionale. Au-delà de leur volonté de mise en valeur des produits, leur participation a démontré leur volonté de créer des partenariats d'affaires solides, en participant à la croissance des entreprises.» – Mylène Hébert, conseillère en développement, Table agroalimentaire Saguenay–Lac-Saint-Jean.

DES RETOMBÉES IMPORTANTES

C'est 97 % des participants qui confirment avoir créé de nouveaux liens d'affaires lors de l'événement. Le réseautage a également donné lieu à des retombées directes. À titre d'exemples, l'entreprise Joli Rouge a trouvé cinq nouveaux points de vente pour sa gamme de cidre et l'entreprise Oh m'ail m'ail pourra désormais offrir sa tartinade à l'ail en gros formats puisque le produit sera utilisé pour la conception d'un pain dans les boulangeries des IGA régionaux. Certaines entreprises ont été approchées pour fournir leurs produits dans des succursales partout au Canada.

Tout type de marchés confondus, ce sont plus de 350 rencontres d'affaires qui ont été confirmées à travers l'application de réseautage. Les exemples mentionnés ne représentent donc qu'une parcelle des retombées réelles obtenues!

ARNEG CANADA + CHAGALL

LA COMBINAISON CLÉ POUR CRÉER

DES AMÉNAGEMENTS PERFORMANTS

Service-conseil spécialisé

Développement de concepts innovants

Solutions de réfrigération intégrées

Fabrication de mobiliers sur mesure

Plan d'aménagement optimisé

Des partenaires qui œuvrent ensemble à vous offrir une expérience client unique et une prise en charge clé en main de vos projets d'aménagements commerciaux.

arneg

CANADA

(450) 246-3837
www.arneg.ca

CHAGALL

(450) 649-1001
www.chagalldesign.ca

