

# RADAR

ASSOCIATION  
DES DÉTAILLANTS  
EN ALIMENTATION  
DU QUÉBEC

Automne 2023

## Tournée de magasins

À la rencontre des  
indépendants du  
grand Vancouver

P.20



### PROLONGEMENT CONFIRMÉ PAR RÈGLEMENT

Modernisation  
de la consigne  
P. 8



### LES INSCRIPTIONS SONT OUVERTES

67<sup>e</sup> congrès  
de l'ADAQ  
P. 12



### FINALISTES DU VOTE DU PUBLIC

Concours Les Aliments  
du Québec dans  
mon panier  
P. 16

# RENDRE TOUT EN ALUMINIUM

## CHER MONSIEUR TRUDEAU,



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

Je tenais à vous écrire parce que je ne comprends pas votre annonce de la mi-septembre et vos attentes par rapport aux cinq grands groupes du détail alimentaire (trois entreprises canadiennes et deux entreprises américaines), dont fait partie mon partenaire d'affaire Metro. Vous souhaitez des baisses de prix des aliments, ce qui est tout à fait souhaitable. En tant qu'épicier, je tiens à vous dire que je paie l'ensemble de mes produits plus cher qu'il y a un an, et ce, peu importe, si c'est Metro ou un autre fournisseur qui me les vend. L'inflation n'a échappé à personne dans le secteur bioalimentaire.

Je vais vous résumer ça de façon très simple : ma rentabilité s'évapore même si le prix des aliments augmente. Les clients font des choix différents, ils réduisent la taille de leur panier, ils changent de gamme de produits quand ils ne changent pas tout simplement

de commerces pour s'approvisionner. Comme je vends moins de produits par client et que mes marges n'ont pas augmenté, je fais moins de profits.

C'est la même chose pour la vaste majorité des propriétaires d'épicerie, de dépanneurs, de boucheries, de restaurants et autres commerces du secteur alimentaire. C'est aussi le cas pour les autres maillons de la chaîne : la transformation alimentaire, la production agricole, les entreprises de transport et les distributeurs. L'ensemble du secteur bioalimentaire est directement impacté par l'inflation.

Les frais d'exploitation ont grandement augmenté et rien n'indique pour l'instant qu'ils vont diminuer. Je parle des achats, des fournitures, de la main-d'œuvre, des équipements, des loyers, de l'énergie, du vol, des frais de transaction et ne l'oublions pas, les intérêts sur nos prêts. Je ne connais aucune institution bancaire qui a consenti de répit aux clients personnels ou commerciaux.

Tous les intervenants ne sont pas égaux dans le marché actuel. Si les grands détaillants se conforment à votre directive, les plus petits détaillants alimentaires, notamment mes collègues indépendants, n'auront d'autre choix que d'absorber les baisses de prix ou de devenir encore plus marginaux dans le marché. Un enjeu qui a été souligné dans le plus récent rapport récent du Bureau de la concurrence.

Ces commerçants n'ont aucune marge de négociation auprès des

principaux fournisseurs alimentaires. Leurs coûts d'approvisionnement sont souvent supérieurs aux prix des plus grands escompteurs. Ces forces du marché incitent tous les joueurs à s'approvisionner davantage à des sources étrangères, ce qui n'augure rien de bon pour l'économie canadienne.

L'inflation alimentaire a en effet de multiples répercussions néfastes sur le pouvoir d'achat des Canadiens, mais pour la combattre efficacement il faut s'attaquer aux problèmes à la source. Des surcoûts se sont accumulés partout dans la chaîne alimentaire et ils font enfler le prix de chaque produit au fil des échelons. Comme le restaurateur, je suis le dernier maillon, celui qui a l'odieuse de transmettre aux clients la combinaison de tous les coûts additionnels.

Si vous souhaitez diminuer la pression sur les prix des aliments de façon durable, je vous propose bien humblement de réfléchir à la mise en place d'un grand chantier national sur la productivité du secteur agroalimentaire canadien. Je suis certain que vous aurez l'appui du Gouvernement du Québec qui en a déjà fait une priorité. Il faudra que votre gouvernement appuie financièrement la filière bioalimentaire pour réduire ses coûts d'opération, ce qui aura un impact direct sur les prix en fin de parcours.

La porte de mon magasin vous est toujours ouverte pour discuter de l'inflation et de ses répercussions sur mon secteur d'activité, mais je doute malheureusement que vous soyez intéressé à la réalité du terrain, loin des flashes des caméras.

## LA CONSIGNE MODERNISÉE AVEC LES MOYENS DU BORD



**Pierre-Alexandre Blouin**  
Président-directeur général

À quelques semaines à peine de l'entrée en vigueur de la première échéance de la consigne élargie, on est pour le moment loin d'une inspirante modernisation. Les clients auront droit aux mêmes vieilles machines dans des portiques exigus ou devront s'armer de patience à la caisse pour un décompte manuel. Pas grave, vous allez pallier les frustrations avec les moyens du bord devant comme dans l'arrière-boutique, comme vous l'avez toujours fait.

Nous savons pertinemment que vous avez une multitude de questions et d'inquiétudes, que nous partageons. Il y a beaucoup de travaux et de comités en cours, mais ils ne débouchent pas toujours en solutions satisfaisantes. Les seuls nouveaux contenants consignés pour novembre sont ceux en aluminium, mais si des dépanneurs

se retirent comme le règlement le leur permet, tous leurs contenants seront redirigés chez ceux qui conservent l'obligation. Ce sera donc plus de verre, plus de plastique aussi dans des sites qui ne sont pas conçus pour ça.

L'organisme de gestion désigné de la consigne, l'AQRCB a organisé en septembre une première rencontre d'information destinée aux détaillants sur fond d'optimisme malgré les échéances. Son directeur général Normand Bisson a expliqué son plan à haut niveau et répondu à des questions de détaillants principalement intéressés par les échéances à très court terme de novembre. Plusieurs questions demeurent en suspens, attendant les résultats de travaux et de négociations en cours ou à venir.

Ayant à maintes reprises soulevé le manque d'information disponible, nous ne pouvons que saluer l'initiative de l'AQRCB d'ouvrir la communication avec les différents acteurs impliqués dans cette ambitieuse modernisation. Plusieurs informations névralgiques doivent se rendre aux principaux intéressés : qui, quoi, comment, quand? Rappelons que bien que la consigne soit modernisée par phases, certains clients risquent de ne pas l'avoir compris avant de se rendre chez vous.

Dans le cas qui vous concerne, serez-vous toujours visés ou non par la reprise? Nous vous rappelons que les détaillants

de moins de 4000 pi<sup>2</sup> ne seront plus tenus légalement de reprendre les contenants consignés alors qu'une foule de nouveaux joueurs en auront l'obligation. Le règlement prévoit que les détaillants visés pourront se regrouper pour remplir leurs obligations, l'AQRCB prévoit également construire des dépôts pour récupérer les plus gros gisements de la province. En fonction de votre situation particulière, vous aurez des obligations différentes à respecter, des sites de retour à planifier ou encore de l'information à partager avec les clients.

Beaucoup de questions demeurent, beaucoup de travaux seront nécessaires dans les prochaines semaines et mois, notamment pour la seconde phase de la modernisation en mars 2025. Le décompte fait peur, plus que 17 mois restants. Pour le moment, restons concentrés sur novembre prochain. Nous avons identifié trois grands enjeux à adresser pour une réussite de cette première phase : des communications efficaces aux différents publics, des listes à jour rapidement intégrées à vos systèmes et une entente intérimaire favorisant la participation du plus grand nombre de détaillants possible.

Souhaitons-nous qu'une inspirante modernisation voie le jour à temps pour la seconde échéance de mars 2025.

Nous n'avons pas le choix de réussir cette modernisation, tous ensemble.

On va s'en parler, encore.

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-proprétaires 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

**Patrick Legault**  
Adjoint administratif  
et service aux membres

**Daniel Choquette**  
Directeur, Développement  
des compétences

**Stéfany Archambault**  
Vice-Présidente opération

**Élodie Bourget**  
Agente des communications

**Jessy Vézina**  
Vice-Président Développement  
et mobilisation

**Samuel Bouchard Villeneuve**  
Directeur, Affaires publiques

## 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**  
**André Forget**

**Jasen Gaouette**  
**Mélissa Jasmin**  
**Guillaume Laroche**  
**Patrick Pinard**  
**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

**SECTION  
MEMBRES FOURNISSEURS** 4

**PORTRAIT DE DÉTAILLANT** 5

**SUIVI DE DOSSIERS**

**ENVIRONNEMENT**

Modernisation de la consigne :  
prolongement confirmé par règlement 8

Redevances municipales :  
un jugement fort pertinent 9

**AGROALIMENTAIRE**

Plusieurs programmes annoncés cet été 9

**ÉCONOMIE**

Le Bureau de la concurrence dévoile son étude 10

**À LA MÉMOIRE DE** 10

**67<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA** 12

**CONCOURS LES ALIMENTS DU  
QUÉBEC DANS MON PANIER!** 16

**TOURNÉE DE MAGASINS  
COLOMBIE-BRITANNIQUE :  
GRAND VANCOUVER** 20

**UNE RENTRÉE ATTENDUE  
POUR LE PROGRAMME  
ATE+ BOUCHERIE** 24

**CSMOCA : LE COURAGE  
MANAGÉRIAL LA SOLUTION  
POUR UNE GESTION ÉCLAIRÉE** 28

**AVIS DE NOMINATIONS ADA** 31

**NOUVELLES DE L'INDUSTRIE** 32

**ACTUALITÉS DES TCBQ** 34

### CULTIVER L'AVENIR ALIMENTAIRE FACE À L'INCERTITUDE MONDIALE



**Mario Laplante**  
Président SMF

J'écrivais dans mon éditorial de l'automne 2022 que la guerre en Ukraine apporterait son lot de défis et d'impondérables au monde alimentaire. Une année plus tard, on dirait que nous sommes en train de vivre le jour de la marmotte. Plus de 45 pays pourraient être affectés par les événements des dernières semaines et le risque de faire face à une pénurie de grains de toutes sortes est soulevé. Par surcroît, il y aura certainement des impacts multiples pour nous fournisseurs. Une pression potentielle sur nos coûts de production pour des éléments de base risque d'être exercée.

De plus, l'inflation alimentaire fait encore des siennes. Nous nous retrouvons avec un taux d'inflation s'approchant des 10 %. Avec la rentrée scolaire et plusieurs dépenses connexes pour les consommateurs, nous devons redoubler d'ardeur dans nos processus d'affaires. Nous continuons à travailler avec ardeur

afin de répondre le mieux possible aux besoins de nos consommateurs. Nous faisant face à plusieurs vents de face et ces diverses situations nous obligent à faire les choses différemment. Les périodes festives à venir sont d'excellentes occasions de démontrer nos bonnes pratiques et permettre à nos consommateurs de vivre de bons moments.

Je profite de l'occasion pour vous inviter à notre congrès annuel ADA 2023 qui aura lieu au Manoir Richelieu les 3, 4 et 5 novembre prochains. Soyez à l'affût des informations à venir en visitant entre autres le site Web de l'ADA.

Finalement, je vous invite à communiquer avec notre comité pour toutes demandes d'informations ou commentaires pour les bienfaits de la section.

Au plaisir,



# PORTRAIT DE DÉTAILLANT



## BEAUDRY & CADRIN : UNE FUSION FRUCTUEUSE DANS LE MONDE DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

Beaudry & Cadrin est le fruit de la fusion de deux géants de la distribution alimentaire, J. B Cadrin et Jean-Paul Beaudry. Une entreprise qui a su grandir grâce à une vision ambitieuse et une passion partagée pour l'industrie. Forte de ses acquisitions stratégiques, dont F. Charest et Roland & Frères, elle a donné naissance au Groupe Beaudry, marquant ainsi une nouvelle ère dans le domaine de la distribution alimentaire. Le Groupe Beaudry, avec plus de 350 employés répartis dans quatre divisions dynamiques — Pointe-aux-Trembles, Lévis, Beauce et Saint-Pacôme — étend son influence sur un vaste territoire allant d'Ottawa jusqu'à Terre-Neuve.

## LE LEADER INDÉPENDANT LE PLUS IMPORTANT DE L'EST DU CANADA

Le Groupe Beaudry a réussi à se positionner fièrement comme le grossiste alimentaire indépendant le plus important de l'est du Canada. Cela n'a pas été le fruit du hasard, mais plutôt le résultat d'un dévouement de ses employés qui forment le cœur de l'entreprise. Ces équipes composées de membres expérimentés et engagés apportent leur expertise forgée au sein du groupe, tandis que l'entreprise familiale elle-même capitalise sur plus d'un siècle d'expérience, utilisant ce savoir-faire pour façonner et développer des bannières emblématiques telles que Beau-soir, A+, Sagamie, et bien d'autres.

## BEAU-SOIR : L'ÉPICIER MODERNE DU QUÉBEC

L'une des bannières phares de Beaudry & Cadrin, Beau-soir, se distingue par sa vision avant-gardiste du commerce de proximité. Avec une présence remarquable de 220 marchands à travers le Québec, Beau-soir réinvente le concept d'épicerie de quartier pour l'ère moderne. Proposant une gamme de services étendue, Beau-soir a révolutionné le prêt-à-manger avec La cour aux saveurs, a introduit le concept de plats congelés novateurs comme Les Aliments M&M Express, et offre même une Halte animale qui fournit nourriture et accessoires pour nos fidèles amis à quatre pattes.

Sous l'ombrelle de Beau-soir, de nombreuses entités indépendantes fleurissent, dont le Groupe Gagnon, qui a suivi une trajectoire exceptionnelle depuis sa création en 2020.

## LE GROUPE GAGNON : UNE JEUNE ENTREPRISE EN PLEINE CROISSANCE

Le Groupe Gagnon a émergé comme une entreprise en démarrage prometteuse, affichant une croissance exponentielle depuis sa fondation en 2020. Cette initiative audacieuse a donné naissance à une série d'épicerie de quartier nouvelle génération, surnommées les versions 2.0 des dépanneurs traditionnels. Ce qui distingue le Groupe Gagnon, c'est sa passion pour l'alimentation de qualité, son engagement envers les aliments prêt-à-manger et les idées cadeaux, ainsi que sa volonté constante de fournir un service client exceptionnel et des produits frais.

## L'ENGAGEMENT D'UNE GÉRANTE PASSIONNÉE

Aminika Labrie, gérante au sein du Groupe Gagnon du dépanneur Beau-Soir sur la rue Dunant à Sherbrooke, incarne l'esprit d'engagement et de passion qui anime cette entreprise. Bien que son cheminement ne soit pas lié à une passion précoce pour le domaine de l'alimentation, Aminika a rapidement saisi l'opportunité de s'impliquer dans une entreprise en pleine croissance. Lorsqu'elle a découvert les projets ambitieux de son père et d'Olivier Gagnon, l'appel à participer à cette aventure l'a enthousiasmée. Avec déjà deux ans d'expérience au compteur, Aminika témoigne de la satisfaction et de la valorisation qu'elle ressent dans son rôle actuel, faisant ainsi fi des doutes initiaux.

## UNE VISION D'EXPANSION ET D'ÉPANOUISSEMENT

Le Groupe Gagnon a su non seulement capter l'attention d'Aminika Labrie mais également offrir une plateforme pour son épanouissement professionnel. En tant que vice-président du Groupe Gagnon, son père a été une source d'inspiration constante, incitant Aminika à envisager un jour de suivre ses traces et de jouer un rôle plus important dans la gestion des succursales du groupe. Son engagement envers l'entreprise familiale et son désir d'y apporter sa touche personnelle définissent son attachement à l'entreprise.

## L'ART DE GÉRER AVEC EMPATHIE ET DÉTERMINATION

En tant que gérante, Aminika Labrie se démarque par son approche empreinte d'humanité et d'écoute. Pour elle, le respect, la confiance et la communication sont des valeurs fondamentales qu'elle transmet à son équipe, reflétant ainsi la culture d'entreprise du Groupe Gagnon. Elle se considère comme une dirigeante flexible, sachant personnaliser son approche envers chaque individu tout en les incluant dans les décisions importantes. Son objectif ultime est de s'assurer que ses employés se sentent valorisés et soutenus dans un environnement qui favorise la croissance personnelle et professionnelle.



AMINIKALABRIE | DÉPANNEUR BEAU-SOIR RUE DUNANT À SHERBROOKE



POUR EN SAVOIR PLUS SUR LE PORTRAIT DE AMINIKALABRIE, ÉCOUTEZ LE BALADO ICI





## TOMRA : l'expert de choix pour la modernisation de la consigne au Québec

Avec plus de 50 ans d'expérience, une expertise mondiale et une large gamme de solutions, TOMRA est le partenaire idéal pour vous accompagner dans la modernisation de la consigne, quels que soient vos besoins.



Solutions pour tous les types de points de retour



Une seule machine peut tout faire

### Récupératrices automatisées

TOMRA est en constante évolution pour répondre aux besoins changeants de la société, y compris le besoin de reprendre les contenants en plastique, en aluminium, en carton et en verre. La T70 Double Cabinet Plus accepte, compacte et stocke les contenants dans une seule et même solution.



### Centres de dépôt

TOMRA est le leader canadien des technologies d'automatisation des centres de dépôt. Grâce à l'expertise acquise depuis plusieurs années, nous avons développé des solutions spécialement adaptées aux besoins du Québec.



### Kiosques externes

Découvrez notre nouveau kiosque modulaire, le plus flexible du marché. Le kiosque TOMRA M<sup>3</sup> permet une configuration adaptée au volume de contenants traités et à l'espace disponible.

Découvrez nos plus récentes solutions

[tomracollectioncanada.com](http://tomracollectioncanada.com) | [ventes.canada@tomra.com](mailto:ventes.canada@tomra.com) | 1-866-364-1980



Site web

# Nouvelle loi sur l'encadrement du travail des enfants

La CNESST est là pour informer et accompagner les milieux de travail



Le 1<sup>er</sup> juin 2023, la *Loi sur l'encadrement du travail des enfants* est entrée en vigueur. S'inscrivant dans une volonté de mieux protéger la santé et la sécurité des jeunes travailleuses et travailleurs, de même qu'à favoriser leur persévérance scolaire, cette loi modifie la *Loi sur les normes du travail* (LNT) ainsi que la *Loi sur la santé et la sécurité du travail* (LSST). Voici un résumé des changements apportés.

## Normes du travail

Dorénavant, il est interdit à un employeur de faire effectuer un travail par un enfant de moins de 14 ans, sauf dans les cas d'exceptions prévus par règlement. L'employeur qui souhaite embaucher un enfant de moins de 14 ans visé par l'une de ces exceptions doit obtenir le consentement écrit du parent ou du tuteur de l'enfant au moyen du **formulaire** établi par la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST).

De plus, un employeur ne peut pas faire travailler un enfant assujetti à l'**obligation de fréquentation scolaire** plus de 17 heures par semaine, dont un maximum de 10 heures du lundi au vendredi. Cette obligation n'est toutefois pas applicable lors de périodes de congé scolaire d'un minimum de 7 jours, comme les vacances estivales ou la semaine de relâche.

## Santé et sécurité du travail

Dans le cadre du **régime intérimaire des mécanismes de prévention et de participation** (RI), l'employeur d'un établissement qui a l'obligation d'**identifier** et, le cas échéant, d'**analyser** les risques doit dorénavant inclure ceux pouvant affecter particulièrement la santé et la sécurité des travailleuses et travailleurs de 16 ans ou moins.

Toujours dans le cadre du RI, le **comité de santé et de sécurité** participe à l'identification et à l'analyse des risques, et doit également inclure les risques pouvant affecter particulièrement la santé et la sécurité des travailleurs de 16 ans ou moins. De plus, le **représentant en santé et en sécurité** et l'**agent de liaison en santé et en sécurité** font des recommandations et doivent y inclure celles concernant les risques pouvant affecter particulièrement la santé et la sécurité des travailleuses et travailleurs de 16 ans ou moins, et celles concernant les tâches qui ne devraient pas être effectuées par ces jeunes.

La CNESST tient à rappeler qu'elle est là pour informer et accompagner les milieux de travail. Elle met tout en œuvre pour les soutenir dans l'application des modifications législatives et faire connaître leurs droits et obligations, notamment en mettant à jour ses pages Web et ses publications, en publiant des messages sur les réseaux sociaux et dans des infolettres, et en effectuant des placements publicitaires.



### En apprendre davantage

Pour obtenir davantage de renseignements sur les modifications prévues à la *Loi sur l'encadrement du travail des enfants*, rendez-vous sur la page **Travail des jeunes** du site Web de la CNESST, qui permet d'avoir un aperçu des principaux changements apportés et des dates d'entrée en vigueur.



# 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.

## ENVIRONNEMENT

### MODERNISATION DE LA CONSIGNE : PROLONGEMENT CONFIRMÉ PAR RÈGLEMENT ▼

Le 19 juillet dernier, en plein été, le gouvernement du Québec a publié des modifications au règlement visant l'élaboration, la mise en œuvre et le soutien financier d'un système de consigne de certains contenants.

Le gouvernement est venu confirmer le prolongement de la modernisation de la consigne, au mois de mars 2025, pour les contenants de verre, de plastique et de carton. Pour le mois de novembre prochain, ce sont uniquement les contenants déjà sous consigne et les contenants en métal qui seront consignés.

Le gouvernement a maintenu l'obligation pour tous les détaillants de plus de 4000 pieds carrés de participer à la récupération de contenants consignés. Cela inclut des pharmacies, des quincailleries et plusieurs succursales de la SAQ. Cette décision devrait entraîner une augmentation des regroupements entre détaillants, car le principe d'affiliation entre détaillants demeure possible.

Cependant, il faudra que l'AQRCB signe une entente avec le regroupement de détaillants et qu'il donne son accord à celui-ci. En regroupement des détaillants pour qu'ils administrent un seul lieu de retour, cela permettra de diminuer les coûts d'implantation et de gestion du système. Cela permettra également de diminuer le nombre de collectes. Lorsque de grands sites de dépôt seront en activité, nous avons proposé au gouvernement que les détaillants, à proximité, puissent s'y joindre.

Les regroupements de détaillants sont permis par «municipalité locale». Il peut toutefois arriver que des magasins répondent aux critères de distance définis, mais soient dans deux municipalités limitrophes. Nous avons demandé de modifier le règlement pour permettre les regroupements en prenant en considération les territoires limitrophes lorsqu'ils répondent aux critères de distances édictés plutôt que par municipalité locale uniquement.

Le règlement diminue, pour la première phase du mois de novembre, le nombre de lieux de retour à 1200, mais comme la grande majorité des détaillants ont déjà des gobeuses en magasin, le chiffre est déjà atteint au Québec. Par la suite, un minimum de 1500 lieux devra être en activité.

Finalement, le gouvernement a modifié la desserte des établissements pour consommation sur place incluant les restaurants, les hôtels et les institutions. Le règlement prévoit de ne pas collecter, au m<sup>lr</sup> novembre 2023, les contenants pour les établissements qui ont moins de 75 places et au mois de mars 2025, pour les établissements de moins de 20 places.

Nous croyons qu'il faut maintenir, au m<sup>lr</sup> novembre, le service actuellement rendu à ses établissements et qu'au mois de mars 2025, il faudra que les établissements de moins de 20 places soient orientés vers un centre de dépôt à grand volume et non chez les détaillants qui opèrent un lieu de retour pour ne pas créer une surcharge additionnelle.

Le règlement prévoit que les anciennes ententes signées dans le passé ne sont plus valides, car il s'agit d'une responsabilité élargie des producteurs. C'est l'AQRCB qui devra rembourser les coûts liés à l'installation, aux modifications et à la gestion des lieux de retour, à l'acquisition ou à la location des appareils, à l'entretien et au remplacement des appareils, à la formation du personnel, à la manutention des contenants consignés ou non et des récipients utilisés pour le transport des contenants.

Malgré le prolongement du délai au mois de mars 2025, les défis demeurent importants. Il faut établir le plan de desserte au Québec, il faut que les fabricants puissent livrer les équipements et surtout, il faudra négocier les ententes contractuelles avec les détaillants, regroupés ou non.



Pour suivre l'évolution du dossier Consigne, rendez vous sur notre site internet:



## REDEVANCES MUNICIPALES : UN JUGEMENT FORT PERTINENT ▼

Dans les dernières éditions du RADAR, nous vous avons souvent mentionné que certaines municipalités désiraient imposer des redevances sur certains produits de consommation ou contenants à usage unique. C'est le cas actuellement de la ville de Prévost, qui demande aux commerçants de prélever une redevance de 0,10 \$ sur chaque bouteille d'eau vendue et 0,50 \$ sur un paquet de bouteilles d'eau. Au cours de la dernière année, nous avons sensibilisé plusieurs municipalités aux réalités opérationnelles des magasins et à la complexité d'implanter des redevances au détail alimentaire.

Certaines municipalités voulaient imposer des redevances en lien avec l'environnement. Par exemple, la ville de Percé a adopté, en septembre 2021, un règlement municipal qui demandait aux commerçants de prélever un montant de 1 \$ sur tout achat de 20 \$ et plus effectué par les visiteurs afin de composer un fonds qui sera utilisé pour les infrastructures touristiques municipales. La redevance devait débuter le mois de mai 2022. Dès le mois de juin, un groupe de commerçants a déposé une requête à la Cour supérieure pour faire invalider le règlement de la Ville.

En juin dernier, la Cour supérieure a rendu son verdict. La juge rend nul le règlement imposant une redevance pour contribuer au financement des infrastructures touristiques municipales. Dans le cas de Percé, les montants prélevés auprès des touristes ne bénéficiaient pas aux commerçants, car l'argent allait servir aux infrastructures touristiques de la municipalité. Essentiellement, la juge mentionne que les villes peuvent percevoir des redevances, comme cela est prévu dans la loi sur les cités et villes. Cependant, une municipalité ne peut pas imposer à des commerçants de percevoir des frais sans avoir une entente au préalable.

La ville de Percé a décidé de faire une demande à la cour d'appel. Il faudra voir si cette dernière décidera d'étudier la cause ou non. Ce dossier demeure pertinent à suivre au cours des prochains mois.

## AGROALIMENTAIRE

### PLUSIEURS PROGRAMMES ANNONCÉS CET ÉTÉ ▼

**Au cours de l'été, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne a fait des annonces, autant pour des programmes que pour de l'aide à certaines entreprises;**

15,5 millions de dollars à Inno-centre afin de favoriser une plus grande productivité et une croissance durable de nos entreprises de transformation alimentaire;

24 millions à Merinov, notamment pour poursuivre la mise en place du carrefour de l'innovation en pêches et aquaculture à Grande-Rivière, dans la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine;

21,3 millions pour appuyer le Groupe Savoura dans la construction d'un complexe de serres en verre à Sainte-Sophie, dans les Laurentides. Ce complexe servira à la production de tomates conventionnelles et biologiques;

34 millions pour la lutte contre l'insécurité et le gaspillage alimentaires et poursuivre son partenariat avec le réseau des Banques alimentaires du Québec.

2,1 millions afin de rapprocher les producteurs agricoles et les transformateurs artisans des consommateurs par le développement et la consolidation d'initiatives de mise en marché de proximité et d'agrotourisme.

Ces investissements demeurent nécessaires pour soutenir le secteur agro-alimentaire. Nous avons échangé avec le ministre sur l'importance de soutenir les détaillants-proprétaires et surtout les épicerie qui sont souvent seules dans leur municipalité. Le ministre a démontré de l'ouverture et il a mandaté ses équipes pour trouver des solutions.



## ÉCONOMIE

### LE BUREAU DE LA CONCURRENCE DÉVOILE SON ÉTUDE ▼

Depuis plus d'un an, la hausse du prix du panier d'épicerie fait les manchettes. Chaque fois que les grands détaillants dévoilent leurs résultats financiers, le sujet revient dans l'actualité. Le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Parlement canadien a même convoqué des dizaines d'intervenants pour tenter de comprendre l'augmentation des coûts des aliments au Canada.

C'est dans cette mouvance que le Bureau de la concurrence a décidé de réaliser une étude sur l'épicerie de détail au Canada. En juin dernier, ils ont dévoilé les résultats de leur étude et les recommandations qu'ils proposent au gouvernement canadien. Le Bureau émet certains constats. Selon eux, le secteur canadien de l'épicerie est concentré. La plupart des Canadiens achètent leurs produits d'épicerie dans l'une des cinq entreprises suivantes : Loblaw's, Sobeys, Metro, Costco et Walmart. Bien qu'on retrouve au Canada près de 7000 épicerie indépendantes, leur présence n'est pas uniforme sur tout le territoire canadien. Les épicerie indépendantes n'ont pas le volume d'achat pour rivaliser avec les fournisseurs et elles doivent même faire des ententes avec certaines bannières canadiennes. Lors de notre tournée en Colombie-Britannique, nous avons vu des produits de marques privées des grands détaillants chez certains indépendants.

L'étude illustre bien les enjeux reliés aux marges bénéficiaires du secteur du détail alimentaire. Elle brosse aussi un portrait historique des fusions qui occasionne une concentration des grandes chaînes au fil du temps.

#### Voici la liste des recommandations que le Bureau de la concurrence fait au gouvernement canadien :

Le Canada a besoin d'une stratégie d'innovation en matière d'épicerie pour soutenir l'arrivée de nouveaux types d'entreprises d'épicerie et élargir le choix des consommateurs;

Le soutien fédéral, provincial et territorial au secteur canadien de l'épicerie devrait favoriser la croissance des épiciers indépendants et l'entrée des épiciers internationaux;

Les gouvernements provinciaux et territoriaux devraient envisager d'introduire des exigences accessibles et harmonisées de l'affichage du prix unitaire.

Les gouvernements provinciaux et territoriaux devraient prendre des mesures pour limiter les contrôles de propriété dans le secteur de l'épicerie, ce qui pourrait inclure l'interdiction de leur utilisation.

#### Le Bureau de la concurrence a également pris trois engagements :

Faire preuve de plus de vigilance et de surveillance dans son travail dans le secteur canadien de l'épicerie.

Offrir une perspective favorable à la concurrence pour appuyer la mise en place du code de conduite canadien dans le secteur de l'épicerie.

Revoir les résultats de l'étude du Bureau dans trois ans afin d'évaluer les progrès réalisés dans l'application de ses recommandations.

## À LA MÉMOIRE DE

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



**GIRARD, FRANÇOIS**  
1939-2023

François Girard, fondateur des IGA Famille Girard et personnalité d'affaires influente, nous a quittés le 10 septembre dernier à l'âge de 83 ans. Connu pour son altruisme et son succès entrepreneurial, il a dirigé 12 épicerie Dominion en Estrie et au Centre-du-Québec à l'âge de 28 ans.

Il a ensuite étendu son entreprise avec l'acquisition de l'IGA Boniprix de Bois-des-Filion en 1983, marquant le début de la présence des IGA Famille Girard dans la région. Impliqué dans sa communauté, il a soutenu diverses institutions et événements. Son décès laisse sa femme, trois enfants et six petits-enfants en deuil. Son héritage en tant qu'entrepreneur et philanthrope restera inoubliable.

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](mailto:communication@adaq.qc.ca)

AU-DELÀ DE L'OBLIGATION

# 5 bénéfices de l'équité salariale pour votre entreprise

**Connaissez-vous les bénéfices insoupçonnés de l'équité salariale? Lorsqu'on s'engage activement à répondre à cette obligation, son application génère des effets positifs, tant pour les personnes salariées que pour l'entreprise elle-même, ce qui crée ainsi un cercle vertueux d'avantages mutuels.**

L'objectif de la *Loi sur l'équité salariale* consiste à corriger les écarts salariaux dus à la discrimination basée sur le sexe. Pour atteindre cet objectif, les entreprises doivent mettre en place un processus garantissant une rémunération équitable entre les personnes occupant des emplois typiquement féminins et celles occupant des emplois typiquement masculins de valeur équivalente. Alors, pourquoi ne pas profiter pleinement de votre exercice d'équité salariale ou de l'évaluation de son maintien, en prenant part au processus et en favorisant la participation de votre personnel?



DC1300-944 (2023-08)

En instaurant l'équité salariale, votre entreprise ne se contente pas de respecter la *Loi sur l'équité salariale*, elle s'engage également dans une démarche socialement responsable qui a le potentiel de la transformer positivement et de contribuer à une société plus équitable. Pour mener à bien cette démarche, vous pouvez bénéficier d'outils, de webinaires et d'une formation en autoapprentissage.

Pour en savoir plus sur vos obligations en équité salariale et accéder à des outils pratiques, consultez le [cnesst.gouv.qc.ca/equite](https://cnesst.gouv.qc.ca/equite).

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

**Voici quelques aspects positifs de l'application de l'équité salariale au sein de votre entreprise :**

1

## Rétention du personnel et productivité accrue

Travailler dans un milieu où les emplois traditionnellement occupés par les femmes sont reconnus à leur juste valeur favorise la satisfaction des employés et employées, leur motivation et leur sens de l'engagement. En effet, cela renforce leur sentiment de compétence et de confiance envers l'employeur. Comme résultat, nous observons un taux de roulement plus bas, ce qui réduit les coûts liés au recrutement et à la formation du nouveau personnel. Ces retombées positives ont un effet domino sur l'amélioration de la productivité.

2

## Meilleure attractivité des talents

Une participation accrue du personnel dans les travaux d'équité salariale et une meilleure communication externe de sa valorisation peuvent aider à attirer de nouveaux talents. C'est un bénéfice non négligeable en temps de pénurie de main-d'œuvre. Les entreprises qui accordent une importance à la responsabilité sociale en prônant des valeurs telles que l'égalité des sexes attirent davantage la jeune génération, qui représentera 27 % du marché du travail d'ici 2025. Préparez-vous dès maintenant!

3

## Potentiel de la main-d'œuvre féminine

Les femmes qualifiées sont sous-représentées dans des industries telles que la construction et les finances. Il y a donc un potentiel intéressant de recrutement. L'instauration et la promotion de l'équité salariale dans votre entreprise contribueront à les attirer et à ainsi tirer parti d'un bassin de main-d'œuvre important qui a tendance à être négligé.

4

## Amélioration du climat de travail

La mise en œuvre rigoureuse de l'équité salariale démontre que l'employeur reconnaît à sa juste valeur le travail féminin. Cela favorise le développement d'un climat de travail positif, basé sur le respect, la reconnaissance des compétences et l'apport de chacun. La recherche atteste effectivement que la réalisation de l'équité salariale contribue à créer un climat propice à une meilleure coopération patronale-syndicale.

5

## Une solide gestion des ressources humaines

L'effort et le temps investis lors des travaux d'équité salariale permettent de mettre à jour ou de mettre en place une politique salariale juste et équitable, qui simplifie ainsi la gestion de la rémunération. De plus, l'employeur acquiert une meilleure connaissance des emplois de son entreprise et des compétences associées grâce à la méthode d'évaluation des emplois exempte de discrimination qu'il doit utiliser pour réaliser l'équité salariale.

**CNESST**

# 67<sup>e</sup>

## CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

3, 4 ET 5 NOVEMBRE 2023  
FAIRMONT LE MANOIR  
RICHELIEU | LA MALBAIE



## LE 67<sup>e</sup> CONGRÈS DE L'ADA ARRIVE À GRANDS PAS!

Cette année, nous vous donnons rendez-vous au Fairmont Le Manoir Richelieu dans Charlevoix pour une rencontre inoubliable, où nous serons tous réunis — détaillants, fournisseurs et partenaires — pour célébrer l'alimentation!

Le congrès de l'ADA est une occasion unique de se connecter et d'échanger sur les nouvelles tendances et réalités de notre industrie. Vous aurez la possibilité d'apprendre des expériences de vos collègues, de découvrir de nouveaux produits révolutionnaires et d'explorer des méthodes innovantes.

Ne négligez en aucun cas ce rassemblement exceptionnel qui réunit un grand nombre de fournisseurs et de détaillants! C'est l'occasion parfaite de consolider vos relations professionnelles et de tisser de nouveaux liens.

Nous avons hâte de vous accueillir en grand nombre au Fairmont Le Manoir Richelieu dans Charlevoix!

Également, nous vous  
annonçons le grand retour  
de l'escouade jeunesse.



## PROGRAMME PRÉLIMINAIRE\*

### VENDREDI

#### ATELIERS ET CONFÉRENCES

- Démystifier le cidre
- Conférence de Nicolas Duvernois
- La conférence - Courage managérial Par Hélène Douville et le CSMOCA



#### DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

Les quatre partenariats gagnants du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* seront honorés lors du congrès. Animation par **Dany St-Pierre**.

### SAMEDI

|   |  |
|---|--|
| <b>AGA</b>  | <b>PANNEL - RELÈVE D'ENTREPRISE</b>  |
| <b>DOSSIERS POLITIQUES</b>                                    | <b>Stéphane Bourgeois</b><br>Directeur Transfert d'Entreprise<br>chez Banque Nationale du Canada             |
| <b>TEMPLE DE LA RENOMMÉE</b><br>(détaillants et fournisseurs) | <b>Guillaume Lapierre</b><br>Associé au bureau en droit des affaires<br>chez Therrien Couture et Joli-Coeura |

### DIMANCHE

**DISCOURS  
DE CLÔTURE  
ET DÉJEUNER.**



## TEMPLE DE LA RENOMMÉE

Chaque année, l'ADA organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître le travail des bâtisseurs de l'industrie alimentaire. Soirée animée par Mélanie Maynard, on vous donne rendez-vous le samedi pour leur rendre hommage de manière mémorable!  
**Voici nos intronisés cette année :**



Mélanie Maynard | Animatrice

### VOLET FOURNISSEUR



Réjean Lalumière | Arneg

### VOLET DÉTAILLANT



Famille Gravel | Florent, Denis et leur père  
Metro Gravel St-Laurent



Michel Ricard | Provigo Michel Ricard



M. Normand Duchemin posthume  
Marché duchemin et frères inc



Carol Veilleux et Diane Fiset | Alimentation Causap

# ASSEMBLÉE ANNUELLE

## AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES DÉTAILLANTS

Cher membre détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. Michel Dépatie, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres détaillants de l'ADA, qui aura lieu dans le cadre du 67<sup>e</sup> congrès annuel de l'Association, le samedi 4 novembre 2023 au Fairmont Le Manoir Richelieu.

L'assemblée constitue l'occasion idéale de prendre connaissance du plan d'action de votre Association, d'influencer ses orientations afin qu'elles correspondent à vos attentes et d'y rencontrer vos collègues des autres bannières.

Je vous invite vivement à utiliser votre privilège de membre en soumettant des propositions concernant d'une part, des sujets de préoccupations que vous souhaitez voir aborder, et d'autre part, la composition du conseil d'administration qui vous représentera.

Je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

**Éric Courtemanche Baril**

Secrétaire de l'ADA (Tradition Courtemanche Baril)

## RÉSOLUTION SOUMISE

Sujet : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Il est proposé que : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Commerce :

N° de membre :

N° téléphone :

Courriel :

Signature du proposeur :

## RÉSOLUTION SOUMISE

Je, soussigné(e), soumetts à la considération du Comité de mise en nomination la ou les personne(s) suivante(s) au poste d'administrateur au conseil d'administration de l'ADA :

| Nom   | Commerce | Ville |
|-------|----------|-------|
| _____ | _____    | _____ |
| _____ | _____    | _____ |

Commerce :

N° de membre :

N° téléphone :

Courriel :

Signature du proposeur :

## POUR RETOURNER CE FORMULAIRE :

Par télécopieur : (514) 849-3021

Par courriel : plegault@adaq.qc.ca

Par la poste : 2120, Sherbrooke Est, Bureau 900, Montréal, Qc, H2K 1C3

## TYPES D'INSCRIPTION<sup>1</sup>

Coûts inscription (avant et après le 6 octobre / + taxes)

| Détaillant  | Membre* |          | Non-membre |          |
|---|---------|----------|------------|----------|
|   | Avant   | Après    | Avant      | Après    |
| <input type="checkbox"/> Dépanneur                              | 525 \$  | 700 \$   | 630 \$     | 900 \$   |
| <input type="checkbox"/> Épicerie (- de 10 000 p <sup>2</sup> ) | 735 \$  | 900 \$   | 840 \$     | 1 100 \$ |
| <input type="checkbox"/> Épicerie (+ de 10 000 p <sup>2</sup> ) | 945 \$  | 1 100 \$ | 1 050 \$   | 1 300 \$ |

| Fournisseur / Distributeur           |          |             |          |
|--------------------------------------|----------|-------------|----------|
| Avant                                |          | Après       |          |
| <input type="checkbox"/> Membres*    | 1 775 \$ | Membres*    | 1 950 \$ |
| <input type="checkbox"/> Non-membres | 2 258 \$ | Non-membres | 2 400 \$ |

\*Cotisation payée Le coût est pour une personne et son conjoint ou sa conjointe

Coûts inscription à la carte (+ taxes)

|                                      | Vendredi | Samedi   | Dimanche |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|
| <input type="checkbox"/> Détaillant  | 370 \$   | 525 \$   | 250 \$   |
| <input type="checkbox"/> Fournisseur | 790 \$   | 1 210 \$ | 500 \$   |

Escouade jeunesse (Service de garde)

175 \$ pour le premier enfants | 125\$ pour les enfants additionnels

| Nom et prénom de l'enfant #1 | Allergies | Âge: |
|------------------------------|-----------|------|
|                              |           |      |
| Nom et prénom de l'enfant #1 | Allergies | Âge: |
|                              |           |      |
| Nom et prénom de l'enfant #1 | Allergies | Âge: |
|                              |           |      |

## COMMANDITES<sup>2</sup>

Liste des commandites disponibles

| Commandites  | Coûts          |
|--|----------------|
| <input type="checkbox"/> Soirée temple de la renommée (Samedi) | 15 000 \$      |
| <input type="checkbox"/> Soirée d'ouverture (Vendredi)         | 10 000 \$      |
| <input type="checkbox"/> Sac des congressistes (Exclusive)     | <b>RÉSERVÉ</b> |
| <input type="checkbox"/> Table d'accréditation (Exclusive)     | <b>RÉSERVÉ</b> |
| <input type="checkbox"/> Escouade jeunesse (Exclusive)         | 5 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Déjeuner (Samedi)                     | 3 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Déjeuner (Dimanche)                   | 3 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Combo déjeuner (2 jours)              | 4 800 \$       |
| <input type="checkbox"/> Dîner (Samedi)                        | 3 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Cocktail (Vendredi)                   | 3 500 \$       |
| <input type="checkbox"/> Cocktail (Samedi)                     | 3 500 \$       |
| <input type="checkbox"/> Combo cocktail                        | 5 500 \$       |
| <input type="checkbox"/> Conférences (Vendredi)                | 3 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Conférence (Samedi)                   | 2 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Pause santé                           | 2 000 \$       |
| <input type="checkbox"/> Kiosque promo                         | 1 500 \$ +tx   |
| <input type="checkbox"/> L'insertion                           | 500 \$         |

**ANNULATION :** Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 20 octobre afin de recevoir un remboursement complet, moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus, par délégué(e). Aucun remboursement après le 21 octobre; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 27 octobre.

# CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

## FORMULAIRE

### Renseignements généraux

Entreprise : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (délégué(e)) : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (conjoint(e)) : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Ville : \_\_\_\_\_

Province : \_\_\_\_\_ Code postal : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_ Cellulaire : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

### Allergie alimentaire (si oui, précisez)

Oui  Non

Nom et prénom #1 : \_\_\_\_\_

Type d'allergie : \_\_\_\_\_

Nom et prénom #2 : \_\_\_\_\_

Type d'allergie : \_\_\_\_\_

### Paiement

Visa  Mastercard  Envoyez-moi une facture

Nom du détenteur : \_\_\_\_\_

N° de carte : \_\_\_\_\_

Date d'expiration : \_\_\_\_\_

Signature : \_\_\_\_\_

### IMPORTANT !

**Réservation des chambres :** Afin de bénéficier d'un tarif préférentiel à partir de 215\$, et surtout pour nous éviter des frais additionnels, merci d'utiliser notre code d'événement au moment d'effectuer la réservation de votre chambre.

**Sans frais:** 1 866-540-4464 et mentionnez faire partie du groupe ADAQ2023

**Réserver en ligne:** <https://book.passkey.com/go/ADAQ2023>

### POUR RETOURNER CE FORMULAIRE :

**Par télécopieur :** (514) 849-3021

**Par courriel :** sarchambault@adaq.qc.ca

**ANNULATION :** Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 20 octobre afin de recevoir un remboursement complet, moins les frais encourus par l'ADA, s'il y a lieu. Aucun remboursement après le 21 octobre et, sauf exception, les substitutions ne sont pas acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que la réservation soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 27 octobre.



**cents,  
ça vaut la peine.**

Le 1<sup>er</sup> novembre, les contenants consignés passent à 10 cents.\*

\*À l'exclusion de certaines bouteilles de verre déjà consignées de 500 ml et plus, qui seront consignées à 25 cents.



**HED** | Courtier en Assurance

**Vous savez bien diriger votre entreprise, nous savons bien la protéger!**



Scannez Moi

**Obtenez une soumission aujourd'hui**



# UNE CÉLÉBRATION CULINAIRE STUPÉFIANTE!

Du 7 au 27 août derniers, une vague d'originalité a balayé le Québec alors que nos détaillants et fournisseurs se sont lancés dans une compétition unique en son genre. Le défi? Mettre en valeur des produits vérifiés par Aliments du Québec d'une manière qui éblouirait nos sens et nos papilles!

Lors de la 8<sup>e</sup> édition de ce concours orchestré par l'Association des détaillants en alimentation du Québec en étroite collaboration avec Aliments du Québec et le MAPAQ, nous avons pu être éblouis par vos mises en marché toutes plus grandioses les unes que les autres.



CONCOURS

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





**Nous tenons à remercier les 220 participants détaillants-fournisseurs qui ont relevé le défi et qui ont contribué à mettre en valeur dans leurs rayons le meilleur de nos produits du terroir. Vos projets nous ont émerveillés et enchantés, chacun rivalisant d'originalité et de créativité. Dégustations, vidéos loufoques et informatives, recettes, banderoles, ballons, les mises en marché atteignaient un niveau supérieur cette année.**

**Voici quelques-uns des projets captivants qui ont pris forme aux quatre coins de la province, témoignant de la fierté que nous avons tous pour nos produits locaux.**





CONCOURS

## LES ALIMENTS DU QUÉBEC dans mon panier!



### Volet consommateur

Pour une quatrième année consécutive, les consommateurs ont eu l'opportunité de voter pour leur agencement préféré et ont eu la chance de gagner l'un des cinq prix de 1 000 \$ en produits Aliments du Québec. Un total impressionnant de plus de 35 000 personnes ont exprimé leur choix, tout en découvrant des entreprises et des détaillants-propriétaires de tous les coins du Québec.

### Prix du public

Félicitations à **Pasquier** ainsi qu'à **Phil & Fred Pizzeria** qui ont remporté le *Prix du public*! Ce sont plus de 3 600 consommateurs qui ont donné leur vote à cette mise en marché qui, au cours des trois semaines de concours, mettait en vedette leur pizza toute garnie.

Félicitations également aux duos composés de l'**Intermarché Boyer** avec **Café Napoléon** ainsi qu'au **Metro Plus Fournier** avec le **Temps d'une Pinte** qui se méritent respectivement la deuxième et troisième place avec 3 065 et 2 102 votes!

1



2



3



# Mutuelles de prévention : Devenez membre.

Avec nous, la SST peut être simple.

Permet d'économiser sur les frais liés à la CNESST\*.  
Accédez à une équipe d'experts chevronnés.

Simplifiez la SST :

- Documents et outils
- Déclaration en ligne
- Réduction des risques
- Obligations CNESST

Plus de 35 formations SST en ligne.

\*En plus d'une réduction potentielle de prime liée à la performance d'une mutuelle, une bonne gestion de la santé et de la sécurité du travail peut amener une diminution des coûts indirects imputables aux accidents du travail ou aux maladies professionnelles.



[sst@lifeworks.com](mailto:sst@lifeworks.com) 1-800-565-4343 [sst.lifeworks.com](http://sst.lifeworks.com)

# COLOMBIE-BRITANNIQUE : GRAND VANCOUVER

Cette année, dans le cadre du salon Grocery & Specialty Food West organisé par le CFG, nous avons organisé une série de visites dans quelques-uns des plus beaux concepts de magasins de la province. Dans cette seconde partie, vous retrouverez la variété de l'offre disponible dans le grand Vancouver. Nous avons concentré notre attention sur les commerces et enseignes qui ne se retrouvent pas dans l'est du Canada. N'hésitez pas à consulter la première partie sur l'île de Vancouver dans notre édition précédente (été 2023).

**Bosa Foods**  
Grandview-Woodland



**Strong's Market**  
North Vancouver



**Save-On-Food**  
Coquitlam



**Fresh Street Market Vancouver House**  
Yaletown



**Foody World**  
Richmond



**Kin's Farms Market**  
Delta



1

## Kin's Farms Market Delta



La famille Kin quitte la Chine pour immigrer au Canada en 1981, et elle ouvre un kiosque de fruits et légumes au Grandville Island Market à peine deux ans plus tard. Le premier magasin ouvre en 1987, et le groupe en compte aujourd'hui 24 à travers le grand Vancouver. Le petit local lumineux laisse toute la place aux produits sans flafa. Les présentoirs modulables sur roulettes permettent de modifier rapidement la présentation en fonction des arrivages. Les prix sont bons, la qualité est excellente. Évidemment, la côte ouest regorge d'une foule de produits (d'origine asiatique ou non) plus difficilement disponibles dans l'est du pays.

2

## Foody World Richmond



Foody Mart (et son enseigne Foody World) est une compagnie présente dans les banlieues torontoises en plus de deux adresses à Richmond, épicerie canadienne de la population d'origine chinoise. Chez Foody World, on est loin du design épuré des commerces dernier cri, on plonge plutôt en Asie. Des gondoles monumentales surplombent les sections et rayons, il y a des palettes et des caisses de produits partout sur le plancher. C'est la chasse au trésor pour qui aime le désordre, les nez sensibles n'aimeront pas s'approcher de la section des viandes et des poissons. En revanche, les chercheurs d'aubaines auront rapidement repéré certains produits en format de 50 kg, les viviers débordants de fruits de mer divers, les gésiers et les pattes de toute espèce. Ici, les produits sans emballage ne sont pas la saveur du moment; c'est plutôt l'efficacité du libre-service qui prime toute autre chose.

3

## Fresh Street Market Vancouver House Yaletown



Au milieu de tours à condo modernes et d'anciens bâtiments industriels transformés en bureaux, boutiques et restaurant huppés, trône ici depuis 2020 ce superbe magasin à l'image du quartier. La signalétique amusante domine où que l'on pose le regard. Les couleurs des produits sont mises à l'honneur, chaque îlot que composent les sections du magasin semble émerger du local de béton nu et les conduits métalliques volontairement apparents. Le directeur nous confirme que les clients sont nombreux à y passer pour attraper un repas compte tenu de l'offre étendue de prêt-à-manger, mais la section salle à manger d'origine a été fermée. Il y a beaucoup de densité résidentielle autour, Georgia Main Food Group n'est certainement pas déçu de ce site. L'enseigne Fresh Street Market compte actuellement sept adresses à travers la province.

4

## Bosa Foods Grandview Woodland



Depuis 60 ans, Bosa Foods s'est établi comme un des spécialistes de l'importation et de la distribution de produits italiens et méditerranéens au pays. Le groupe exploite aussi deux boutiques spécialisées dont celle visitée sur Victoria Avenue. Évidemment, les produits du groupe sont à l'honneur dans les rayons du centre de l'épicerie, mais c'est dans le comptoir à charcuteries que l'on comprend la valeur ajoutée que peut avoir ce commerce dans son quartier. La multitude de choix de condiments, de salades froides, de fromages et de charcuteries donne l'eau à la bouche. Il y a également un choix étendu de sandwiches au comptoir du café de spécialité près des caisses. Un commerce de quartier chaleureux et débordant de produits.

## Strong's Market North Vancouver



Strong's Market possède deux magasins à North Vancouver et nous avons pu visiter les deux, mais notre préféré est le 2<sup>e</sup> commerce, situé dans le North Woods Village. En voyant la façade du magasin, on se sent déjà dans une autre atmosphère, celle d'une clientèle passionnée par le plein air et les montagnes. Le magasin offre une grande variété de produits frais dont plusieurs proviennent de la province. Nous avons été impressionnés par la qualité et la variété des coupes de viandes et surtout, des comptoirs pleins. Le magasin fait également vieillir leur bœuf. Lors de notre visite, le poissonnier venait de recevoir un énorme flétan frais et il s'apprenait à le préparer pour la clientèle. Le comptoir à poissons était rempli de plusieurs variétés en filet : thon albacore, trois variétés de saumon (coho, chinook, sockeye), truite, sébaste, sole, tilapia. C'est l'un des plus beaux comptoirs à poissons que nous avons pu voir lors de notre tournée.

## Save-On-Food Coquitlam



Magasin fraîchement rénové qui ne fait certainement pas honte au Pattison Food Group. Le commerce est vaste et épuré, laissant les couleurs des produits faire une bonne partie du travail. Les frais se concentrent à l'entrée du commerce, avec une combinaison de sections déterminées à travers et au pourtour des fruits et légumes. Une grande affiche de «prix bloqués» rappelle efficacement où il est possible d'épargner dans chaque rayon.

Les comptoirs de service regorgent de produits préparés alléchants, alors que les spéciaux se retrouvent plutôt dans des comptoirs et tombeaux réfrigérés, de nombreuses promotions permettent par exemple de choisir et de combiner quatre paquets de protéines au choix pour 20 \$. Lors de notre visite, chaque comptoir de service offrait en dégustation au moins un produit cuisiné. La mécanique n'est peut-être pas nouvelle, mais la quantité et l'exécution sont irréprochables. Il y a même un «Maître du grill» qui cuit sur le feu des pièces de différentes viandes à temps plein.

Le reste de l'épicerie sèche est toutefois plus conventionnel : derrière les murs se trouve un centre de micro-exécution automatisé pour la livraison des commandes en ligne de Save-On-Food destiné à tout l'ouest de Vancouver (un autre centre similaire couvrira l'est de la ville). L'avantage du modèle est évident, moins de main-d'œuvre et de temps sont nécessaires pour assembler les produits à fort roulement et il est toujours possible d'aller chercher le petit produit niché sur les rayonnages pour compléter le panier des clients. Le client peut aussi récupérer sa commande à l'auto.

**Coup de cœur :** Le magasin compte une section réservée au vin de la Colombie-Britannique, rappelons que les permis de vente privée sont rares et dispendieux. Obtenir des conseils et déguster des vins avant, pendant ou après son épicerie : on aimerait vraiment pouvoir faire ça chez nous.



## Une rentrée attendue pour le programme ATE+ boucherie



Au fil des années, notre engagement envers l'éducation et la formation dans le domaine de la boucherie s'est renforcé, et cela se reflète dans nos réalisations à travers le Québec. En septembre 2023, nous franchirons une nouvelle étape avec l'ouverture de 14 écoles-centres de formation à travers la province. Cette expansion démontre notre dévouement envers la transmission du savoir-faire boucher à travers des formations de qualité.

La prochaine session, qui débutera en septembre 2023, s'annonce prometteuse avec près de 200 étudiants déjà inscrits. Ces individus, animés par la passion de maîtriser l'art de la boucherie,

rejoindront nos rangs pour se former et acquérir les compétences nécessaires pour exceller dans ce métier exigeant, mais gratifiant.

En juin 2023, nous avons eu le privilège de célébrer la réussite de 155 étudiants qui ont obtenu leur diplôme au sein de nos écoles-centres de formation. Leurs efforts, leur engagement et leur détermination ont été grandement récompensés. Ces nouveaux diplômés sont désormais prêts à contribuer de manière significative à l'industrie de la boucherie, en apportant leur savoir-faire et leur expertise.

Depuis nos débuts en 2019, nous avons eu le plaisir d'accueillir et de former pas moins de 305 nouveaux bouchers, témoignant ainsi de l'impact positif que nous avons eu sur l'industrie et, dans les marchés d'alimentation et chez les passionnés de boucherie.

Nous continuons de travailler avec ardeur pour offrir des formations de qualité, préparer de futurs bouchers compétents et dynamiques, et contribuer au renforcement de l'industrie de la boucherie au Québec. Nous sommes impatients de voir nos étudiants actuels et futurs réaliser de grandes choses dans le domaine de la boucherie.



## CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE

Notre chaîne d'approvisionnement en Amérique du Nord continue d'investir de manière significative dans nos marques de confiance afin de garantir la disponibilité des produits en magasin et d'offrir une expérience agréable aux familles canadiennes.

### Exemples d'investissements :

- ✓ Automatisation des processus dans nos usines et centres de distribution
- ✓ Numérisation et modernisation de bout en bout : écosystème connecté, anticipation de la demande, partenariats clients renforcés
- ✓ Amélioration de la performance en matière d'approvisionnement (YoY) :

+ 15 % pour les catégories clés 15 %

Interruptions d'approvisionnement en matériaux - 30 % -30 %

Disponibilité en magasin  
Surpasse la concurrence pour 7 des 10 catégories

## BÂTIR DES MARQUES DISTINCTIVES

**Inspirer** et **mobiliser** les gens en déployant des initiatives qui rehaussent leur expérience avec nos marques.

- Répondre aux besoins des consommateurs en leur offrant plus de valeur.
- Stimuler le désir pour nos marques à long terme ET répondre à la demande



Créer des moments mémorables et apporter de la joie à nos consommateurs

## Proposer des produits que le monde adore



## OPTIMISER NOS CAPACITÉS



- Investissement de plusieurs millions de dollars dans des solutions de données, d'analytique et de fidélisation de la clientèle afin de mettre en place des stratégies gagnantes axées sur les catégories et les consommateurs.
- Renforcer les partenariats clients en s'appuyant sur un leadership éclairé et impartial ainsi que sur des constats pertinents afin de mieux s'adapter à un macro-environnement en constante évolution.
- Développer des initiatives gagnantes pour faire croître les catégories et des solutions pour accroître la disponibilité en magasin, axées sur l'accélération de la performance dans un environnement inflationniste.

Investir de façon différenciée dans le contenu numérique, le développement et la mercatique après-vente de notre volet eComm afin d'améliorer l'expérience d'achat en ligne.

## INVESTIR DANS NOS COMMUNAUTÉS

- ✓ Naous ferons progresser l'agriculture régénératrice sur 1 million d'hectares de terres agricoles d'ici 2030. Aujourd'hui, plus de 235 700 acres font partie de programmes d'agriculture régénératrice.
- ✓ Nous parviendrons à utiliser 100 % d'électricité renouvelable pour nos activités mondiales d'ici 2030. En ce moment, 86 % de nos activités mondiales sont assurées grâce à l'électricité renouvelable.
- ✓ Nous avons à cœur de renforcer les communautés dans lesquelles nous vivons, travaillons et exerçons nos activités. En 2022, 276 organismes de bienfaisance à travers le monde ont reçu un financement philanthropique de General Mills.



Des solutions pour  
les contenants consignés  
**sans consignes  
compliquées,**

**ça  
existe**

**MACHINEX**  
*consigne*



GOBEUSES

KIOSQUES

CENTRES DE RETOUR

DÉPÔTS DE SACS

COLLECTE À DOMICILE

**Optez pour nos technologies québécoises**  
adaptées à la modernisation de la consigne

## COMMENT EST CARL BOUTET, FONDATEUR DE STUDIORX ET EXPERT DE RENOMMÉE INTERNATIONALE EN COMMERCE DE DÉTAIL ET SCIENCES DE LA CONSOMMATION, DERRIÈRE SON PANIER D'ÉPICERIE?

Est-il davantage un consommateur économe, dernière minute ou va-t-il avec les tendances alimentaires du moment?

Découvrez sa passion pour les bleuets, ses fameuses sauces 2 en 1 de spaghetti et de chili et plus encore dans un tout nouveau Quand je vais au marché.



### D'AUTRE CONTENU VOUS SERA ÉGALEMENT PROPOSÉ AU COURANT DE L'ANNÉE !

Vous pouvez écouter nos différentes balados sur le site de l'ADA dans l'onglet balado ou bien sur votre plateforme de diffusion en continu préférée.



Suivez-nous sur :



[adaq.qc.ca/  
espacebalado](http://adaq.qc.ca/espacebalado)

## LE COURAGE MANAGÉRIAL

# LA SOLUTION POUR UNE GESTION ÉCLAIRÉE

Nous faisons face tous les jours à des défis, mais aussi à des opportunités. La pénurie de main-d'œuvre et une concurrence élargie de plus en plus féroce font partie des enjeux auxquels sont confrontés les commerces d'alimentation au Québec. Alors, comment se démarquer tout en restant compétitif et diriger notre entreprise vers le succès?

À l'invitation de l'ADA dans le cadre de son congrès annuel 2023, le comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) est ravi de vous présenter une conférence unique axée sur le COURAGE.

L'auteur américain spécialisé en management d'entreprise, Peter Drucker, est formel : «Chaque fois que vous voyez une entreprise qui réussit, dites-vous que c'est parce qu'un jour quelqu'un a pris une décision courageuse.» Voilà LA compétence managériale indispensable au succès de votre entreprise.

Conçu spécifiquement pour les gestionnaires de l'industrie, cet atelier sera animé par Hélène Douville, formatrice agréée, conférencière chevronnée et consultante experte auprès notamment du Groupement des chefs d'entreprise du Québec (appelé désormais EntreChefs PME). Grâce à cet atelier dynamique, prenez conscience de l'importance cruciale du courage dans votre environnement de travail.

Cette conférence d'une heure vous permettra de démystifier le rôle essentiel que tient le courage au cœur de vos actions quotidiennes. Nous vous démontrerons que faire preuve

de courage managérial participe à un milieu de travail plus productif et positif. Le courage peut non seulement éviter les conflits, mais aussi promouvoir un environnement de travail collaboratif. Nous vous présenterons des trucs et astuces afin de vous aider à mettre en action cette compétence que vous possédez déjà dans vos prises de décisions. Nous vous parlerons du «courage saboteur», cette petite voix intérieure qui remet en question nos capacités, et nous vous présenterons des techniques pour la contrôler. Nous ferons la lumière sur la puissance des mots et son influence positive sur votre leadership. L'animatrice vous fera prendre conscience des gestes courageux que vous posez au quotidien, même les plus discrets, et qui contribuent à votre réussite. Finalement, vous quitterez cette conférence avec cinq clés de succès concrètes pour activer votre courage managérial dès aujourd'hui et briller en tant que gestionnaires courageux!

Vous êtes intéressé par cette conférence? Rejoignez-nous le vendredi 3 novembre prochain dans la salle Malbaie AB à 14 h 15.

**Charlotte Pigeon**

Conseillère senior aux communications  
cpigeon@csmoca.org | (514) 499-1598 poste 4



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

## CONFÉRENCE UNIQUE DANS LA CADRE DU CONGRÈS DE L'ADA

**LE COURAGE,**  
LA compétence  
managériale garante  
de votre succès !

03  
NOV.  
2023  
—  
14H15



**HÉLÈNE  
DOUVILLE**  
Conférencière

Visitez le [csmoca.org](https://csmoca.org) et suivez-nous sur les réseaux sociaux !

Contact : [info@csmoca.org](mailto:info@csmoca.org) | 514 499-1598



**FORMATIONS  
GRATUITES POUR  
LES MEMBRES  
DE L'ADA**

## **QUI SOMMES-NOUS?**

Le CSMOCA est un organisme à but non lucratif ayant pour mission de développer les compétences de la main-d'œuvre de l'industrie du commerce de produits alimentaires. Depuis plus de 20 ans, notre organisation est au service des épiceries, des magasins spécialisés, des commerces de proximité et des entrepôts alimentaires à travers tout le Québec! Composé d'une petite équipe toute féminine, nous sommes engagées et motivées à répondre à l'évolution constante de vos besoins. Nous réalisons des études et des analyses approfondies, pour ensuite concevoir des outils spécifiquement adaptés aux réalités et aux exigences des employeurs et employés. Pour marquer le renouveau de notre équipe et de nos projets, nous avons fait peau neuve et développé une toute nouvelle image, résolument moderne et dynamique, qui incarne notre engagement envers l'avenir! Vous œuvrez dans le secteur et vous avez des idées de projets? Contactez-nous à [info@csmoca.org](mailto:info@csmoca.org) ou au (514) 499-1598, nous sommes toujours ouvertes à de nouvelles collaborations dans le but de contribuer ensemble à l'avancement du secteur!

## **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

## 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](http://adaq.qc.ca/espacebalado)



**t** **outes**

**t** **outes**

**t** **outes**

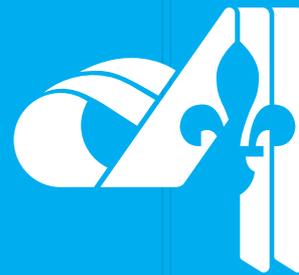
**consignées.**

Dès le 1<sup>er</sup> novembre, toutes les boissons  
en canette seront consignées.\*

\* Applicable aux canettes de 100 ml à 2 l seulement.

 **consignaction**

# AVIS DE NOMINATIONS



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec



## **JESSY VÉZINA** **VICE-PRÉSIDENT,** **DÉVELOPPEMENT ET MOBILISATION**

Nous sommes heureux de vous annoncer la nomination de Jessy Vézina, au poste de vice-président, développement des affaires.

Fort d'une expérience de plus de 20 années dans l'industrie alimentaire, Jessy est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires (MBA) de l'Université de Sherbrooke. Il a occupé diverses fonctions qui lui ont permis d'acquérir une expertise en gestion de commerces et en développement des affaires. Il n'arrive pas en terrain inconnu, comme il a par le passé collaboré à différents comités et événements à titre de membre de l'ADA. Nous sommes convaincus que sa capacité à établir des relations solides ainsi que sa passion contagieuse pour l'industrie alimentaire seront des atouts inestimables qui renforceront l'engagement de l'ADA envers ses membres. Son nouveau rôle s'inscrit dans la volonté de l'ADA de développer des initiatives visant à faire reconnaître ses membres comme des acteurs clés de l'industrie alimentaire.

Bienvenue dans l'équipe de l'ADA Jessy!



## **SAMUEL BOUCHARD VILLENEUVE** **DIRECTEUR,** **AFFAIRES PUBLIQUES**

Nous sommes heureux de vous annoncer la nomination de Samuel Bouchard Villeneuve au poste de directeur, affaires publiques.

Samuel, originaire du Saguenay, est passionné d'actualité et de politique québécoise. Il est détenteur d'un baccalauréat en communication et politique de l'Université de Montréal ainsi que d'une maîtrise en communication publique – relations publiques de l'Université Laval. Il détient une riche expérience en affaires publiques, notamment auprès d'entreprises d'économie sociale. Plus récemment, Samuel a œuvré comme conseiller politique aux cabinets ministériels de la présidente du Conseil du trésor et du ministre de l'Éducation. Reconnu pour sa curiosité, son écoute et sa disponibilité, Samuel s'intéresse à la gastronomie, à la culture, au cyclisme, aux voyages et a un petit faible pour la rangée des bières de microbrasserie. Vous aurez compris que Samuel va devenir notre interlocuteur privilégié entre les membres et les publics externes, soit le monde politique, médiatique et une foule de partenaires de l'industrie.

Bienvenue dans l'équipe de l'ADA Samuel!

# NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

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.

## LA PLACE DES PRODUCTEURS LANCE LA TOUTE PREMIÈRE PLATEFORME EN LIGNE DE FRUITS ET DE LÉGUMES 100 % QUÉBÉCOIS

À l'aube de sa 100<sup>e</sup> saison, l'entreprise s'engage à faciliter l'accès aux produits maraîchers du Québec en proposant une expérience d'achat moderne et simplifiée.

La Place des Producteurs (PDP) en collaboration avec l'Association des producteurs maraîchers du Québec (APMQ) a lancé une plateforme en ligne novatrice permettant d'acheter des fruits et légumes 100 % québécois directement auprès des producteurs. Cette plateforme offre une expérience d'achat moderne, avec des livraisons rapides en moins de 24 heures depuis les champs. Les clients, incluant marchés, épiceries, restaurants et institutions publiques, peuvent passer des commandes en ligne ou par téléphone, et choisir entre livraison ou retrait sur place. Cette initiative soutient la consommation locale et la promotion des produits du terroir québécois, alignée avec le Programme de développement des marchés bioalimentaires du gouvernement du Québec.

La PDP, avec près de 100 ans d'histoire, est le principal marché de gros de fruits et légumes de l'est du Canada, tandis que l'APMQ représente les principaux producteurs maraîchers de la province en promouvant la production locale et la qualité des produits.



## LIB DÉPANNEUR; UN NOUVEAU CONCEPT FORT INTRIGANT

Installé dans une petite municipalité de 350 habitants à St-Léandre en Gaspésie, le dépanneur LIB permet aux clients d'avoir accès, 24 heures sur 24 et 7 jours par semaine à plusieurs produits alimentaires ou non. À l'intérieur, on y retrouve des produits de base (lait, pain, beurre, condiments, pâtes, produits d'hygiène). Il y a également une section de produits congelés (pizza, viande, lasagne, etc.). L'espace est maximisé avec une offre de produits variée et intéressante. Pour avoir accès au dépanneur (ouvrir la porte) et acheter des produits, il faut se créer un compte et avoir en main un téléphone intelligent. La première visite demande un peu de manipulation, mais dès que le client comprend la mécanique, il sera en mesure de bien utiliser le dépanneur. Les prix demeurent raisonnables pour la plupart des articles. Lors de notre passage, le dépanneur était rempli de produits. Comment fonctionne la logistique pour remplir les tablettes? Combien le projet a-t-il coûté à impliquer? Est-ce qu'il est rentable? C'est un beau projet innovateur au Québec.



PIONNIER NON ALC.  
DEPUIS 2016

# BOCK /ALE

NON-ALC. PIONEER  
SINCE 2016



# BIÈRE DE CHOIX

# ACTUALITÉS TCBO

## ESTRIE

### LA 18<sup>e</sup> ÉDITION DU MARCHÉ DES SAVEURS : UN RENDEZ-VOUS UNIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

L'association Les saveurs du Bas-Saint-Laurent est heureuse d'annoncer la tenue de son salon bioalimentaire annuel, le Marché des saveurs, du 30 novembre au 3 décembre 2023. L'événement se déroule à Rimouski et attire chaque année plusieurs milliers de visiteurs. De retour pour une 18<sup>e</sup> édition, le Marché des saveurs est un incontournable dans le Bas-Saint-Laurent.

Tous les acheteurs professionnels de la région sont invités à venir découvrir les entreprises bioalimentaires présentes lors de ces quatre jours. Ce sera l'occasion de rencontrer près de 50 producteurs et transformateurs bas-laurentiens et de découvrir leur gamme de produits. Les détaillants pourront ainsi tisser de nouveaux liens et développer des partenariats dans le but de bonifier l'offre de produits régionaux sur leurs étals.

Les détaillants pourront retrouver sur place une multitude de produits. Il y en aura pour tous les goûts et tous les appétits : des fromages fins aux coupes d'agneau et aux charcuteries, en passant par les herbes, le chocolat et les tartinades, les boissons alcoolisées, les condiments et assaisonnements, les mets préparés et bien d'autres produits!

Devenu un incontournable, cet événement attire chaque année plusieurs milliers de visiteurs. L'édition précédente a engendré des retombées économiques considérables pour les entreprises bioalimentaires de la région, soit des ventes d'un demi-million de dollars! Pour certaines entreprises, le Marché des saveurs représente le tiers de leur chiffre d'affaires annuel, ce qui fait de cet événement un moteur de développement économique important.

Ouvert à tous et à toutes, le Marché des saveurs est l'endroit idéal pour se procurer des produits uniques à ajouter à sa table des fêtes dans une ambiance festive. Du 30 novembre au 3 décembre, c'est un rendez-vous à ne pas manquer!

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent est un organisme à but non lucratif œuvrant au développement du secteur bioalimentaire de la région. L'association a pour mission de faciliter la commercialisation des produits bioalimentaires bas-laurentiens, d'une part par la promotion d'une marque de prestige et, d'autre part, par des services adaptés qui respectent la réalité propre de chacune des entreprises membres, et ce, depuis 25 ans.



## ESTRIE

### LES MAGASINS MAXI DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN PARTENAIRES DE LA ZONE BORÉALE

Les neuf magasins de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean font désormais partie de la Zone boréale grâce à l'accréditation «Marchands Zone boréale», mise en place par la Table agroalimentaire régionale. Ce sont déjà plus d'une centaine de produits de la région, frais et d'épicerie, qui sont mis en valeur sur les tablettes de ces magasins Maxi.

«Nous sommes emballés à l'idée de collaborer avec la Table agroalimentaire gestionnaire de la Zone boréale, un acteur incontournable du Saguenay-Lac-Saint-Jean, et de solidifier nos partenariats avec les agriculteurs et les producteurs de la région, tout en bonifiant notre offre d'aliments d'ici pour notre clientèle. Étant moi-même originaire de la région, je suis particulièrement fier de ce partenariat et de l'engagement des équipes de direction des neuf magasins participants qui ont toutes à cœur de promouvoir les produits de la région», affirme Patrick Blanchette, vice-président chez Maxi.

Les Maxi et Provigo du Saguenay-Lac-St-Jean étaient fiers partenaires de la dernière édition du gala des Grands Prix agroalimentaires organisé par la Table agroalimentaire. La catégorie Prix du public Maxi/Provigo qui proposait aux consommateurs de choisir, parmi les entreprises inscrites, leur produit coup de cœur. Vingt-six entreprises ont déposé un produit et les six produits finalistes ont été accompagnés dans leur démarche d'intégration dans les Maxi et Provigo.



Sur la photo : Mise en marché de produits portant la marque «Zone boréale» dans un magasin Maxi au Saguenay-Lac-Saint-Jean



Photo prise lors de l'activité de réseautage Maxi-Provigo du Gala des Grands Prix agroalimentaires. De gauche à droite, Monsieur Patrick Gaudreault directeur Maxi Jonquière, Monsieur Francis Laplante Spécialiste des produits locaux chez Maxi, Messieurs Frédérick Simard et Marc-Olivier Fortin de l'entreprise Cidre Joli Rouge

## GASPÉSIE

### FAVORISER LA PROXIMITÉ DES PRODUITS LOCAUX CHEZ LES DÉTAILLANTS

Le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) œuvre au développement du secteur bioalimentaire régional en jouant notamment un rôle de concertation et de coordination des efforts des différents acteurs du milieu. Le CIBLE a également pour objectif de soutenir les entreprises du secteur dans leurs besoins en matière de mise en marché et de commercialisation.

Pour faciliter l'identification des produits locaux, le CIBLE a instauré l'identifiant régional Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est en 2010. À ce jour, plus de 175 entreprises bioalimentaires adhèrent à cette initiative en produisant, en élevant ou en transformant des produits régionaux. Cette reconnaissance de qualité aide les consommateurs à repérer plus facilement les produits des Cantons-de-l'Est dans les rayons.

Le CIBLE bénéficie également du soutien actif des épiceries et des détaillants qui valorisent l'achat local. Cette approche dynamique a permis la réalisation de projets exclusifs mettant en lumière les entreprises bioalimentaires locales.

Le plus récent projet du CIBLE implique la mise en place d'affichettes aux couleurs de la bannière Le marché végétarien du Groupe Épicia. Les affichettes identifient les produits certifiés Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est, en indiquant la distance parcourue entre le produit et le magasin, et ce, pour les quatre succursales présentes à Sherbrooke et Magog. Au total, ce sont 15 entreprises Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est, qui proposent leurs produits dans le cadre de ce projet.

Ce projet est le fruit d'une collaboration entre le CIBLE et le groupe Épicia, qui met un point d'honneur à offrir des produits issus de l'agriculture locale et de proximité. Cette initiative permet aux consommateurs de déterminer plus aisément d'où proviennent les produits et de choisir des articles issus d'entreprises de la région.

Le CIBLE souhaite remercier les détaillants de la région d'être aussi dynamiques et de s'impliquer dans leur milieu. C'est grâce à des projets de cette nature qu'il devient possible de stimuler l'économie locale et de mettre en avant le savoir-faire de nos créateurs de saveurs.

#### Johanick Riendeau

Directrice générale du CIBLE

#### Lancement 15 juin 2023 : Le marché végétarien – Boulevard Bourque, Rock-Forest

**De gauche à droite sur la photo :** Yvan Begin (représentant chez La Laiterie de Coaticook), Stéphane Gagnon (directeur des opérations du Groupe Épicia), Héléna Hubert (conseillère en développement bioalimentaire au CIBLE), Yan Éric Sourdif (directeur du Marché végétarien de Magog), Alexandre Monette (directeur général du Groupe Épicia), Daniel Choquette (directeur du développement des affaires à l'ADAQ\*), Joanie Gaudette (coordonnatrice marketing et communications du Groupe Épicia), Julie Sage (attachée politique de Marie-Claude Bibeau), Martin Leblond (gérant de catégories du Groupe Épicia), Raïs Kibonge (conseiller municipal et maire suppléant à la ville de Sherbrooke), Annie Plamondon (responsable du service aux adhérents et de l'appui au développement au CIBLE), Johanick Riendeau (directrice du CIBLE), Laurence Ouellette (conseillère en développement bioalimentaire au CIBLE), Marie Hyrien (assistante gérante à la boutique de la Fromagerie La Station), Annie Viens (propriétaire de Flavora), Daphné Duquette (directrice adjointe chez Pâtisserie Duquette), Joanne Duff (représentante chez Léon Courville Vigneron), François Duquette (directeur des opérations chez Pâtisserie Duquette), Ghyslain Proteau (directeur du Marché végétarien, rue King Est à Sherbrooke), Gilles Bédard (directeur mise en marché et gérant de catégories du Groupe Épicia).

**En bas de la photo :** Catherine Durand (gestionnaire boutique et coordinatrice en agrotourisme à la Fromagerie La Station), Émilie Hébert (commis au service à la clientèle chez La Pinte).

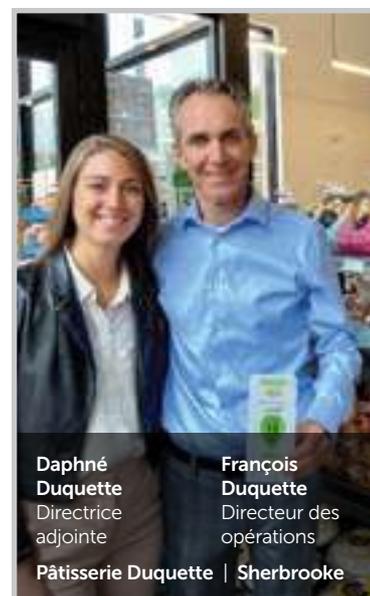
\*Association des Détaillants en Alimentation du Québec



**Annie Viens**  
Propriétaire de Flavora,  
Compton



**Joanne Duff**  
Représentante chez  
Léon Courville Vigneron,  
Fulford



**Daphné Duquette**  
Directrice adjointe  
Pâtisserie Duquette | Sherbrooke

**François Duquette**  
Directeur des opérations  
Pâtisserie Duquette | Sherbrooke

# Pour tous vos besoins, les meilleures solutions

*Un style à l'italienne*



LAVAL 4



DAYTONA



GENIUS 2



VISION H150



VISION H205



SENDAI 2

**arneg**  
CANADA

18 rue Richelieu,  
Lacolle, Qc,  
J0J 1J0

450.246.3837 • 1.800.363.3439

[www.arneg.ca](http://www.arneg.ca)  
[sclement@arnegdml.com](mailto:sclement@arnegdml.com)



**arneg**  
SYSTEMS