

# RADAR

ASSOCIATION  
DES DÉTAILLANTS  
EN ALIMENTATION  
DU QUÉBEC

Été 2024

## FRAIS D'INTERCHANGE DE CARTES DE CRÉDIT

Dossier spécial  
P.20 à 26



### MODERNISATION DE LA CONSIGNE

À 7 mois de  
la 2<sup>e</sup> phase  
P. 12-13



### TOURNÉE RÉGIONALE

Concours Les  
Aliments du Québec  
dans mon panier  
P. 16 À 19



### CONGRÈS

Début des  
inscriptions au  
68<sup>e</sup> congrès  
de l'ADA  
P. 32 À 34

# LE VUE DE L'ÉTÉ SAUF TRANQUILLE

## CONCRÉTISER LES OCCASIONS RATÉES



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

Je fais partie des gens qui aiment contrôler leur destinée. Peut-être que c'est dans l'ADN de l'entrepreneur ou encore parce que j'ai la patience plutôt courte, mais en ce qui me concerne, il ne faut pas craindre l'action. C'est d'autant plus vrai quand tous les indicateurs pointent dans le même sens, quand les démonstrations ne sont plus à faire. Que tout ce qu'il manque c'est une dose de courage, la capacité de prendre en charge et de corriger la trajectoire.

Dans le monde politique complexe dans lequel nous gravitons, il est parfois incompréhensible pour l'homme d'action que je suis de devoir attendre que la situation dégénère encore davantage et de subir des décisions sans vision à long terme.

Il y a de ces occasions ratées qui génèrent tellement de frustration, comme marchand, comme président

de l'ADA. Vous me voyez venir? La modernisation de la consigne arrive à toute vitesse dans une demi-année. Depuis des mois, on multiplie les comités avec l'Association québécoise de récupération des contenants de boissons (AQRCB), mais la plupart des questions que vous vous posez demeurent encore sans réponse.

L'AQRCB planifie à haute altitude un beau modèle, mais il faudrait que ce dernier atterrisse sur le terrain très bientôt. À l'heure où j'écris ce texte, il y a toujours moins de 10 sites Consignation en activité et il est impossible de savoir où et quand ouvriront les prochains. En aura-t-on 200 comme promis au 1er mars 2025? Quel volume de contenants nos commerces mésadaptés dans des environnements trop exigus devront-ils gérer manuellement? Je suis en colère.

Ça fait des mois que l'ensemble des détaillants québécois impliqués répètent sans cesse la nécessité de déployer des options de reprise extérieures. Malgré certains compromis conclus entre les détaillants et l'AQRCB, les kiosques promis sont encore loin d'être en activité. Aurons-nous le temps d'obtenir les autorisations municipales pour les exploiter?

J'ai moi-même testé une solution automatisée de kiosque situé dans le stationnement de mon magasin qui limite les besoins de main-d'œuvre et de collecte, deux facteurs clés de la performance globale du système. Il s'agit d'une solution

complémentaire à celle des deux autres manufacturiers, développée par une entreprise québécoise nommée GVE Environnement (kiosque Gobi). Pourtant, alors que j'écris ce texte, leur technologie est toujours au banc des punitions de l'AQRCB. Comme si on avait les moyens de se priver de solutions pertinentes et efficaces, comme si le temps d'implantation et l'expérience des usagers étaient des variables secondaires dans l'équation!

Garder le coût de déploiement le plus bas possible semble la seule chose qui compte. En conséquence, des centaines de détaillants risquent de ne pas être en mesure de répondre adéquatement à leurs obligations réglementaires. Chaque délai dans le déploiement, chaque site reporté dans le temps, chaque équipement nécessaire commandé trop tard sera source de conflits et de frustrations pour les Québécois à qui on promet un réseau efficace.

Il est encore temps de faire confiance aux entrepreneurs que vous êtes sur le terrain. Il suffit de vous confier des scénarios permanents et temporaires viables et d'arrêter de vouloir tout dicter un site à la fois.

Il est urgent d'arrêter de perdre du temps précieux et de réussir cette modernisation dans les meilleurs délais possibles.

## UN ÉTÉ TOUT SAUF TRANQUILLE



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

L'été n'est pas une période de tout repos pour la majorité d'entre vous. Oui, vous arriverez peut-être à prendre quelques jours de répit ici et là, mais avec les vacances de vos employés (et celles des employés de Recycan), vos systèmes de réfrigération qui seront poussés à bout par une énième journée de canicule, les aléas dans les champs ou dans la chaîne d'approvisionnement ainsi que les pointes d'achalandage ou les fuites touristiques, l'été 2024 s'annonce tout sauf tranquille.

Je ne reviendrai pas davantage sur la consigne, Michel vous en a déjà parlé. On va évidemment continuer à y travailler durant l'été. Je veux simplement ajouter que l'on espère pouvoir bientôt vous

livrer les grandes lignes de la reprise pour les sites temporaires (là où des sites de Consignation ouvriront d'ici 2026) lors d'un webinaire, similaire à celui du 14 juin, dès que nous aurons pu nous entendre sur les solutions avec l'AQRCB.

Notre équipe travaille aussi sur la 9e édition du Concours les Aliments du Québec dans mon panier! On espère que vous serez nombreux à y participer en août. Comment mieux placer la compétitivité naturelle de vos entreprises au service de la promotion de l'achat local? Peu importe votre taille, grand supermarché ou petit détaillant spécialisé, c'est le moment ou jamais de mettre en avant votre savoir-faire. La compétition, à l'image de l'année dernière, s'annonce relevée et c'est tant mieux. Je suis certain d'être encore époustoufflé par vos projets de collaboration. Pour nous, ces partenariats entre détaillants, producteurs et transformateurs sont essentiels au développement pérenne du secteur et à l'autonomie alimentaire.

Certes, mon collègue Daniel Choquette va jouer un peu au golf cet été, mais il va aussi apporter la dernière touche à ses cohortes ATE Boucherie et à ses deux nouveaux programmes d'intégration socioprofessionnelle (ISP) en service commis boucher et

d'attestation d'études professionnelles (AEP) commis multirayons. Des projets porteurs, qui intéressent beaucoup de régions et beaucoup d'entre vous à qui il a commencé à en parler, mais qui devront d'abord être déployés de façon expérimentale.

Dans cette édition, nous vous avons préparé un dossier complet sur les frais de transaction par cartes de crédit. Un dossier dont le dénouement a été comme une douche froide assénée par le gouvernement fédéral l'an dernier. Nous refuser une résolution n'est rien d'autre qu'un affront, mais aussi une preuve de notre résilience et de la nécessité de mener à terme cette longue bataille. Plus on épeluche le dossier, plus on en discute avec nos homologues ailleurs dans le monde, plus une seule conclusion nous semble inéluctable. Le gouvernement canadien doit remplir ses promesses et minimalement nous offrir des taux «similaires» à ceux des géants. Bref, on va s'en reparler très bientôt.

En dehors de la consigne et du soutien à notre belle équipe de la permanence, cet été je vais m'attaquer à quelques dossiers spéciaux que vous verrez à partir de l'automne dans ces pages.

Bonnes ventes et bon été à tous.

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

**Daniel Choquette**  
Directeur, Développement  
des compétences

**Stéfany Archambault**  
Vice-Présidente opération

**Élodie Bourget**  
Agente des communications

**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

**Dominic Arsenault**

**Christine Barcelo**

**Pierre-Alexandre Blouin**

**Sylvie Bouffard**

**Suzanne Charland**

**Marcel Clermont**

**Yanic Drouin**

**André Forget**

**Mélissa Jasmin**

**Guillaume Laroche**

**Mario Lebrun**

**Jean-Philippe Morissette**

**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**

**Julie Venne**

# SOMMAIRE

COCKTAIL DE RÉSEAUTAGE 4

PORTRAIT DE DÉTAILLANT 6

BALADO 7

## SUIVI DE DOSSIERS

### DOSSIERS POLITIQUES

MAPAQ – Rencontre annuelle des  
partenaires de la Politique bioalimentaire 8

Les travaux du Comité Agence SAQ se poursuivent 8

Gaspillage alimentaire 8

Prix de l'essence au Québec 9

Budget fédéral 2024-2025 9

### TABAC

Favoriser l'innovation et la productivité 10

### ALIMENTATION

Stabilisation des prix des produits d'épicerie 10

À LA MÉMOIRE DE 10

NACS SHOW 2024 11

DOSSIER CONSIGNE 12

PROGRAMME ÉPISÉCURE EN  
COLLABORATION AVEC GARDA 14

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

FRAIS D'INTERCHANGE  
DE CARTES DE CRÉDIT 20

LE PROGRAMME ATE+  
BOUCHERIE : PROGRAMME  
PHARE DE NOTRE INDUSTRIE 28

68<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA. 32

RÉGLEMENTATION 39

60<sup>e</sup> TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 40

FORMATIONS EN LIGNE  
DU CSMOCA 42

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 44

ACTUALITÉS DES TCBQ 46

AU PLAISIR DE VOUS Y VOIR EN GRAND NOMBRE !

MERCREDI  
9 OCTOBRE  
2024  
16H À 20H



VIEUX PORT  
DE MONTRÉAL  
SALLE LE  
BELVÉDÈRE

C'est avec plaisir que nous vous annonçons que le cocktail de réseautage aura lieu cette année le 9 octobre au Vieux-Port de Montréal. L'an dernier, plus de 100 personnes étaient présentes lors de la dernière édition. Détaillants, fournisseurs et partenaires de l'industrie étaient réunis afin de se tenir à l'affût des données actuelles présentées par des conférenciers et conférencières renommés. Ce fut également une occasion d'échanger dans une ambiance décontractée avec les gens de votre industrie.

Pour l'édition de cette année, quatre conférenciers mettront en lumière le thème du Détaillant Alimentaire du Futur : **anticiper les Tendances et innover.**



**MARIE-NOËLLE CANO**

Directrice générale, Amélioration alimentaire Québec (AAQ)

**ÉTIQUETAGE NUTRITIONNEL SUR LE DEVANT DE L'EMBALLAGE (EDE) : SEREZ-VOUS LES DÉTAILLANTS DE L'AVENIR ?**

La conférence abordera les opportunités et les conseils pour se démarquer et promouvoir les produits sains et équilibrés du Québec en vue de l'application de la nouvelle réglementation de Santé Canada sur l'étiquetage sur le devant de l'emballage (EDE) à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2026.

**QUESTION ?**

STÉFANY ARCHAMBAULT  
Sarchambault@adaq.qc.ca

## PLAN DE VISIBILITÉ

Le cocktail de réseautage de la Section des membres fournisseurs de l'ADA se veut un moyen de rejoindre les intervenants clés dans l'industrie de l'alimentation. Chaque année, détaillants, fournisseurs et partenaires sont au rendez-vous, afin de s'informer sur des données actuelles présentées par des conférenciers et conférencières renommés.

Pour le cocktail, chaque fournisseur pourra choisir un plan de commandite qui lui permettra d'inviter des marchands selon le nombre de billets alloués. Si vous avez besoin d'aide supplémentaire pour rejoindre des marchands, SVP contactez Stéfany Archambault.



**POUR  
VOUS  
INSCRIRE**

### COMMANDITE OR

1 200 \$

#### VISIBILITÉ OFFERTE :

Apparition de votre logo dans le magazine RADAR (Édition été)

Apparition de votre logo dans une infolettre avant et après l'événement

Affichage sur place (sur écran)

Mention durant la soirée

Logo sur les napperons des tables

Présence de votre logo dans la section « Événements » de notre site web

Nombre de billets alloués : 10 billets

### COMMANDITE ARGENT

750 \$

#### VISIBILITÉ OFFERTE :

Apparition de votre logo dans une infolettre avant et après l'événement

Affichage sur place (sur écran)

Mention durant la soirée

Logo sur les napperons des tables

Présence de votre dans la section « Événements » de notre site web

Nombre de billets alloués : 5 billets

### COMMANDITE BRONZE

400 \$

#### VISIBILITÉ OFFERTE :

Présence de votre logo dans la section « Événements » de notre site web

Nombre de billets alloués : 3 billets



S  
M  
F

Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec

# PORTRAIT DE DÉTAILLANT



Depuis sa fondation en 1940, Marché Tradition Lachambre & Fils inc. incarne bien plus qu'une simple épicerie. Niché au cœur de Saint-Denis-sur-Richelieu, ce lieu emblématique est bien plus qu'un point de vente ordinaire. C'est un héritage familial, une institution ancrée dans la communauté et dirigée par la famille Lachambre avec une passion pour la qualité, le service et l'innovation.

L'histoire du Marché Tradition Lachambre & Fils inc. commence avec le patriarche, dont la vision pionnière a donné naissance à une entreprise qui allait devenir un commerce incontournable du village. À une époque où la nourriture se faisait rare, l'ouverture de l'abattoir familial représentait bien plus qu'un simple moyen de subsistance. C'était un acte de détermination, un engagement à fournir à la communauté des produits de qualité et un service impeccable.

Le village de Saint-Denis-sur-Richelieu, avec ses racines profondes dans la culture francophone, a vu l'émergence de cette entreprise comme un symbole de résilience et de progrès. Dans un paysage où les grandes surfaces dominent, le Marché Tradition Lachambre & Fils inc. s'est démarqué en offrant une expérience authentique et chaleureuse, inspirée par les traditions locales et l'amour de la bonne cuisine.

## TRADITION ET INNOVATION : UN MÉLANGE HARMONIEUX

Le secret de leur succès réside dans leur capacité à allier tradition et innovation. Chaque département du magasin est imprégné de son propre charme, reflétant la richesse de la culture locale. Chaque produit raconte une histoire, évoque des souvenirs et crée des liens avec la communauté : que ce soit des saucisses faites maison grâce aux recettes transmises depuis quatre générations ou des thématiques estivales.

Mais l'innovation ne tarde pas à se frayer un chemin dans ce tableau traditionnel. L'intégration d'un économusée dans le magasin offre aux visiteurs une plongée immersive dans l'histoire locale, renforçant ainsi le lien entre les clients et le commerce. Les étagères bas permettent à chacun de voir les autres clients, les commis, les cuisiniers, favorisant ainsi un contact humain authentique et chaleureux.

## UN PASSAGE DE FLAMBEAU ATTENDU

Alors que le Marché Tradition Lachambre & Fils inc. se prépare à passer le flambeau à la quatrième génération, la famille Lachambre aborde ce processus avec confiance et détermination. Pour Joé Lachambre, reprendre le magasin familial signifiait mettre en avant les valeurs de discipline, de travail acharné et de dévouement transmises de génération en génération.

La formation en administration et en gestion opérationnelle de Joé à l'université a permis entre autres de doubler la taille du magasin en 2020. Avec une vision claire pour l'avenir, Joé entend perpétuer les valeurs fondamentales de l'entreprise tout en introduisant des innovations qui répondent aux besoins changeants de la communauté.

## DES VALEURS FONDAMENTALES QUI GUIDENT L'ENTREPRISE

La dynamique du Marché Tradition Lachambre & Fils inc. est façonnée par des valeurs fondamentales telles que la discipline, l'écoute et le respect mutuel. Pour Martin, Joé et leur équipe, chaque membre de la communauté, qu'il s'agisse de clients ou d'employés, est essentiel au succès de l'entreprise. En favorisant un environnement de travail inclusif et en restant à l'écoute des besoins de la clientèle, ils continuent de satisfaire les attentes changeantes du marché.

Alors qu'ils sont à la recherche d'opportunités de croissance, Martin et Joé ont le vent dans les voiles malgré la situation économique et la disparition de plus en plus de commerces de région. Le Marché Tradition Lachambre & Fils inc. mise sur les produits de niche, leur type de clientèle et leur proximité.



MARTIN ET JOÉ LACHAMBRE | MARCHÉ TRADITION LACHAMBRE & FILS INC



POUR ÉCOUTER LE BALADO  
SUR MARTIN LACHAMBRE



## PLONGEZ DANS L'UNIVERS GOURMAND D'ÉTIENNE BOULAY DANS CE TOUT NOUVEL ÉPISODE DE QUAND JE VAIS AU MARCHÉ.

Connu comme ancien joueur de football canadien et personnalité publique québécoise, Étienne Boulay nous révèle ce qui le nourrit au quotidien. Quelles sont ses préférences alimentaires, ses coups de cœur en épicerie, a-t-il des secrets culinaires? Ne manquez pas cette rencontre savoureuse avec un entrepreneur aux multiples talents!



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



# SUIVIS DE DOSSIERS

2024 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.

## DOSSIERS POLITIQUES

### MAPAQ — RENCONTRE ANNUELLE DES PARTENAIRES DE LA POLITIQUE BIOALIMENTAIRE ▼

La rencontre annuelle des partenaires de la Politique bioalimentaire s'est tenue le 30 mai dernier. L'événement a été l'occasion de communiquer le bilan annuel des actions et d'échanger sur les priorités pour la prochaine année.

### LES TRAVAUX DU COMITÉ AGENCE SAQ SE POURSUIVENT ▼

En avril dernier, une lettre a été transmise à l'ensemble des opérateurs d'agence afin de susciter leur mobilisation dans le cadre des travaux du Comité et de les inviter à participer à un webinaire. L'événement a permis aux représentants de la SAQ de présenter une revue d'affaires et les prochaines stratégies de commercialisation. La rencontre fut également l'occasion d'échanger sur les enjeux opérationnels des détaillants. Les questionnements et les inquiétudes partagés par les détaillants étaient généralement associés à la hausse des frais d'exploitation des agences.

Une rencontre du Comité, formé de 18 détaillants, a également eu lieu à la fin du mois de mai afin de définir les prochaines étapes dans la poursuite des discussions avec la SAQ.

Forts de la mobilisation de ses membres, l'ADA poursuivra ses représentations afin d'améliorer les conditions d'opération des Agences SAQ.

### GASPILLAGE ALIMENTAIRE ▼

Le 23 avril dernier, le député des Îles-de-la-Madeleine et porte-parole en matière d'Environnement et de lutte contre les changements climatiques, Joël Arseneau, a déposé le projet de loi 697, Loi visant à lutter contre le gaspillage. Essentiellement, le principe de ce projet de loi est d'instaurer une stratégie nationale de lutte contre le gaspillage afin de réduire de moitié la production de déchets alimentaires d'ici 2030.

Afin d'y parvenir, les transformateurs, distributeurs et détaillants devraient proposer à des organismes des ententes de don relatives à leurs produits invendus encore propres à la consommation humaine, qui pourraient être destinés à l'alimentation animale ou qui pourraient être utilisés à des fins de compost pour l'agriculture ou pour la valorisation énergétique. Le projet de loi prévoit également la mise en place d'un registre public afin de recenser les quantités de produits invendus de tout fabricant et le pouvoir d'imposer une entente avec Recyc-Québec lorsque les démarches d'ententes entre un détaillant et un organisme sont infructueuses.

Bien que l'objectif de ce projet de loi soit louable, l'ADA considère que les mesures proposées engendreraient une lourdeur administrative à des entreprises qui répondent déjà à plusieurs obligations. Il importe de mettre en relief le contexte des détaillants en alimentation afin d'identifier les pistes de solution potentielles. D'abord, la gestion de l'inventaire d'un marchand doit considérer différentes variables dont principalement la demande des consommateurs. L'objectif étant de limiter au maximum les pertes tout en conservant des produits en quantité suffisante.

Ensuite, différentes options s'offrent aux commerçants pour revaloriser leurs invendus, dont la confection de recettes pour le comptoir de prêt-à-manger, des rabais en magasin ou l'utilisation de plateformes comme Flashfood et Foodhero. En complément, des ententes sont conclues par les détaillants avec les organismes locaux ou le Programme de récupération en supermarchés (PRS) chapeauté par les Banques alimentaires du Québec.

De façon générale, si un détaillant n'a pas conclu d'entente, c'est souvent parce que la quantité de produits invendus de son commerce est trop faible par rapport aux coûts occasionnés par la collecte pour l'organisme local. De cette façon, nous considérons que la recherche de solutions devrait s'opérer au niveau de la diminution des coûts de transport pour la collecte des produits de ces détaillants orphelins. De quelle façon est-il possible d'accompagner les organismes afin de récupérer à moindre coût ces produits invendus disponibles chez des détaillants de plus petit volume? Dans tous les cas, l'ADA et ses membres continueront d'appuyer toute initiative permettant la revalorisation de ces produits. La contribution de l'ensemble des acteurs est essentielle pour répondre aux besoins.



## PRIX DE L'ESSENCE AU QUÉBEC ▼

Au mois de septembre 2023, le gouvernement du Québec a demandé à la Régie de l'énergie un avis sur les écarts de prix de l'essence entre les régions de la Capitale-Nationale et de Chaudière-Appalaches et les autres régions du Québec. Différentes pistes d'amélioration ont été suggérées par la Régie, dans un avis publié le 18 octobre dernier, dont la création d'une plateforme interactive pour répertorier les prix de l'essence au Québec.

À ce moment, le ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, monsieur Pierre Fitzgibbon, a également demandé au Bureau de la concurrence du Canada d'ouvrir une enquête et a commandé une étude auprès de monsieur Robert Clark, professeur d'économie à l'Université Queens et professeur affilié au Département d'économie appliquée de HEC Montréal. L'étude fournit une analyse complète du marché de la vente de l'essence et propose différentes recommandations afin de favoriser un marché plus compétitif.

Pour l'ADA, il est clair que de telles orientations sont bien reçues dans un contexte où le coût de la vie a augmenté au cours des dernières années. Toutefois, si cette volonté se matérialise, il sera important d'analyser l'impact de ces mesures sur l'ensemble des joueurs. Le risque de guerres de prix influencé par l'abolition du prix plancher pourrait affaiblir la concurrence plutôt que l'accroître.

### LORS DU DÉVOILEMENT DE L'ÉTUDE LE 16 MAI DERNIER, LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC A ANNONCÉ SES INTENTIONS AFIN D'AUGMENTER LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR. IL PRÉVOIT NOTAMMENT :

Étudier la possibilité d'abroger l'article de la Loi sur les produits pétroliers qui prévoit un prix plancher pour les essenceries;

Évaluer la possibilité de mettre en place un régime de transparence des prix de l'essence grâce à la diffusion journalière des prix par la Régie de l'énergie.

## BUDGET FÉDÉRAL 2024-2025 ▼

Les premiers jours du mois d'avril ont été marqués par plusieurs annonces prébudgétaires. Cette stratégie, qui a dérogé à la tradition qui prévoit que les mesures sont annoncées le jour du budget, a permis au gouvernement Trudeau de présenter ses nouvelles orientations en matière de logement, de services de garde, d'intelligence artificielle et d'alimentation scolaire.

C'est dans ce contexte que la vice-première ministre et ministre des Finances, madame Chrystia Freeland a déposé, le 16 avril dernier, le budget 2024-2025 du gouvernement fédéral sous le thème de l'équité intergénérationnelle. De façon générale, le budget prévoit 57,5 milliards de \$ en nouvelles dépenses pour les six prochaines années et un déficit de 40 milliards de \$. Une partie des nouvelles mesures seront financées grâce à l'augmentation de la portion de gains en capital imposable qui passera de 50 % à 66 % pour les personnes qui déclarent annuellement plus de 250000 \$ en gains en capital.

Voici les éléments qui concernent notre secteur :

### Augmentation du plafond d'exonération sur la vente d'actions de PME

Dès le 25 juin 2024, le gouvernement prévoit l'augmentation de l'exonération cumulative des gains en capital qui passera de 1 million de \$ à 1,25 million de \$ lors de la vente d'une PME. À cela s'ajoute un incitatif aux entrepreneurs canadiens avec la réduction du taux d'inclusion des gains en capital à 33,33 % sur un maximum à vie de 2 millions de \$ de gains. La somme maximale sera introduite progressivement avec l'ajout de 200000 \$ par année pour atteindre 2 millions de \$ en 2034. Il s'agit d'une bonne nouvelle pour les propriétaires de PME puisque ceux-ci pourront bénéficier, à terme, d'une exonération combinée de 3,25 millions de \$ lors de la vente de leur entreprise.



## TABAC

### FAVORISER L'INNOVATION ET LA PRODUCTIVITÉ ▾

Le gouvernement souhaite encourager les entreprises à accroître leur productivité en permettant l'amortissement du coût total des investissements dans les brevets, l'équipement d'infrastructure de réseaux de données, les ordinateurs et d'autres équipements de traitement de données. Cette mesure estimée à 725 millions de \$ sur 5 ans est en vigueur depuis le 16 avril 2024 jusqu'au 1er janvier 2027.

Le gouvernement a augmenté les droits d'accise sur le tabac de 4 \$ par cartouche de 200 cigarettes en date du 17 avril 2024. Les produits de vapotage ont également été ciblés par une augmentation. Le droit d'accise des bouteilles de liquide a ainsi augmenté de 12 % depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2024.

## ALIMENTATION

### STABILISATION DES PRIX DES PRODUITS D'ÉPICERIE ▾

#### LE GOUVERNEMENT RÉITÈRE LE SOUHAIT DE POURSUIVRE SES ACTIONS VISANT À STABILISER LES PRIX DES PRODUITS D'ÉPICERIE GRÂCE À QUATRE MESURES :

Surveiller les efforts des chaînes d'épicerie pour aider à stabiliser les prix, tout en enquêtant sur d'autres pratiques qui font augmenter les prix dans le secteur de l'épicerie grâce au groupe de travail sur l'épicerie;

Maintenir le Carrefour de données sur le prix des aliments;

S'attaquer à la réduplication et à la déqualification par l'intermédiaire du Bureau de la consommation qui a lancé des projets de recherche pour enquêter sur l'inflation des prix et les pratiques commerciales nocives qui réduisent la quantité et la qualité des produits alimentaires;

Donner au Bureau de la concurrence plus de pouvoirs pour réprimer les pratiques déloyales, en éliminant la défense des gains en efficacité et en donnant au Bureau de la concurrence le pouvoir d'empêcher les entreprises de nuire à la concurrence.

À noter qu'aucune somme supplémentaire ne semble avoir été attribuée pour bonifier le budget octroyé à l'une de ces mesures.

#### Producteurs agricoles

64 millions de \$ sont prévus en 2024-2025 pour alléger les intérêts des producteurs agricoles.

## À LA MÉMOIRE DE

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



### ROLAND FERLAND 1927-2024

À l'Hôpital du Saint-Sacrement, le 8 avril 2024, à l'âge de 97 ans, est décédé monsieur Roland Ferland, époux de feu madame Jeanne-d'Arc Lachance, fils de feu madame Albertine Morency et de feu monsieur Oscar Ferland.

Intronisé au Temple de la renommée de l'ADA en 2010, M. Ferland était un épicier de plancher, travaillant, juste, honnête et ayant à cœur sa clientèle. Étant le deuxième maillon d'une chaîne qui compte maintenant quatre générations d'épiciers, M. Ferland a laissé sa marque dans le monde de l'alimentation.

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)

VOYAGE  
ORGANISÉ  
PAR L'ADA

# NACS SHOW 2024

6-9 OCTOBRE 2024

Pour plus d'informations,  
contactez [sbouchard@adaq.qc.ca](mailto:sbouchard@adaq.qc.ca)



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec

# CONSIGNE

## MODERNISATION DE LA CONSIGNE — OÙ EN SOMMES-NOUS À MOINS DE 7 MOIS DE CETTE TRANSFORMATION MAJEURE?

À moins de 7 mois de la deuxième phase de la modernisation de la consigne, les détaillants en alimentation demeurent inquiets des enjeux opérationnels envisagés au 1<sup>er</sup> mars 2025. Malgré des gains significatifs au cours des dernières semaines, force est de constater que la pression sera extrêmement grande sur les commerces qui ne sont pas conçus pour recevoir autant de contenants dans leur installation. La principale raison qui explique cette inquiétude? Les retards successifs dans l'ouverture des centres de dépôts qui seront gérés par Consignaction et dont le volume de contenants, qui représentera à terme la majorité du flux, devra être repris chez les détaillants pendant cette période de flottement.

Chose certaine, malgré les différentes embûches rencontrées dans ce dossier, le groupe de détaillants a poursuivi activement son implication au cours des dernières semaines afin que chaque piste de solution soit explorée. Nous partageons le même objectif que le gouvernement : améliorer la récupération et faciliter la valorisation des contenants de boisson. C'est pourquoi la collaboration de tous les maillons de la chaîne sera nécessaire pendant la transition.

Un webinaire a été organisé à la mi-juin afin de faire un état de la situation aux détaillants. Les scénarios de reprise pour les magasins permanents ont été présentés aux 220 personnes participantes. L'événement a également permis de faire un rappel des obligations des détaillants, de présenter la cartographie des lieux de reprise de l'AQRCB et de présenter les modalités financières en discussion. Malgré les précisions partagées lors de l'événement, plusieurs questions ont été soulevées par les participants, notamment au sujet des délais et de l'implication de l'ensemble des détaillants, incluant les détaillants non alimentaires comme prévu au Règlement.



## PROCHAINES ÉTAPES DU DÉPLOIEMENT DU RÉSEAU

Au cours des prochaines semaines, l'AQRCB poursuivra les travaux relatifs à l'ouverture des centres Consignation. Seulement six centres de dépôt sont opérationnels en ce moment.

À titre de rappel, le déploiement du réseau de lieux de retour se fera par phase. Selon l'information disponible, l'AQRCB prévoit toujours que 175 centres de dépôt exploités par Consignation devraient être en activité en date du 1er mars 2025. D'autres centres seront ouverts progressivement jusqu'au moment où le réseau atteindra sa maturité le 30 juin 2026. À ce moment, 407 centres Consignation devraient être en exploitation dans toutes les régions du Québec en plus des 551 lieux de retour permanents opérés par les détaillants. Afin de pallier le manque à gagner pendant la phase transitoire, près de 1000 détaillants supplémentaires seront inscrits comme lieux de retour temporaires.

## VOICI L'INFORMATION DISPONIBLE ACTUELLEMENT POUR CHACUN DES SCÉNARIOS QUI CONCERNENT LES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION :

### MARCHANDS REGROUPÉS

Vous n'aurez plus à reprendre de contenants consignés. Une affiliation avec le dépôt Consignation devra être conclue avant le 1<sup>er</sup> mars 2025. Les modèles d'entente sont en cours de révision.

À noter que les marchands d'un même secteur auront également la possibilité de conclure une entente en s'affiliant avec un marchand temporaire ou participant.

### MARCHANDS TEMPORAIRES

Ces commerces devront reprendre les contenants pendant la période transitoire jusqu'à l'ouverture du dépôt Consignation de leur secteur. Une affiliation avec le dépôt Consignation devra être conclue avant l'ouverture.

Les solutions de reprise temporaires sont à identifier. Beaucoup d'énergie y est consacrée afin d'identifier des modèles qui considèrent la réalité des magasins et le volume de contenants à prévoir. Nous pensons que l'ensemble des parties doivent faire des compromis durant la transition. La solution qui nous semble la plus efficace pour tous est la reprise des matières actuelles en magasin (aluminium, plastique dont les bouteilles d'eau et le verre CRM/CRU de bière jumelée avec une reprise extérieure pour les nouvelles matières (lait et vin). L'ajout de «bag drop», pour ces secteurs, idéalement sur le site du futur centre de dépôt Consignation, nous semble une avenue prometteuse. Elle permettrait d'orienter les usagers adéquatement tout en évitant les enjeux opérationnels et sanitaires que représente la reprise des bouteilles de vin et des contenants de lait en magasin.

### MARCHANDS ALIMENTAIRES PARTICIPANTS

Ces détaillants ont une obligation de reprise. Ils ne peuvent pas s'affilier à un centre de dépôt Consignation. Des solutions de reprise ont été identifiées. Les détaillants concernés peuvent contacter leur bannière ou l'ADA pour un accompagnement personnalisé.

Un minikiosque ou un kiosque extérieur peut être envisagé pour les détaillants avec un volume annuel projeté de plus de 350 000 contenants. Ceux-ci devront avoir l'espace extérieur requis et l'autorisation municipale. Des discussions sont en cours afin de préciser la mécanique de remboursement de l'AQRCB pour les équipements.





Une collaboration



**GARDAWORLD**

L'ADA et GardaWorld sont fiers d'annoncer l'inauguration du programme ÉpiSécure, une initiative exclusive destinée aux membres de l'ADA. Ce programme novateur se concentre sur la prévention des pertes liées au vol et à la fraude, tant internes qu'externes.

## ÉpiSécure, qu'est-ce que c'est ?

ÉpiSécure comprend un audit de prévention des pertes qui évalue à la fois les contrôles opérationnels de sécurité et les contrôles physiques de sécurité. De plus, le programme prévoit des visites mensuelles visant à tester les contrôles de prévention recommandés, assurant ainsi une vigilance continue et une amélioration constante des mesures de sécurité. ÉpiSécure représente un engagement fort envers la sécurité et la protection des actifs de nos membres, en offrant des solutions avancées et personnalisées pour répondre aux défis contemporains de la prévention des pertes.

### Les forfaits

1

**Épicerie**

250 \$ par mois\*

2

**Dépanneur**

165 \$ par mois\*

Inclus

Un audit  
Une formation  
Douze visites

Un audit  
Douze visites

### Détails

#### Audit de prévention des pertes

Nos consultants effectuent un audit complet pour évaluer vos processus opérationnels et dispositifs de sécurité, identifient les failles et proposent des recommandations pour les corriger.

#### Formation en prévention des pertes

Les experts en prévention des pertes de GardaWorld offrent une formation en présentiel ou en ligne pour sensibiliser votre équipe aux techniques de prévention des pertes.

#### Visites

Différents types de visites sont disponibles: prévention, dessous de paniers, caisses libre-service et nuits. Ces visites sont effectuées par des agents de prévention des pertes, identifiés ou anonymes.

\*Prix basés sur une offre de service annuelle.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter:

**Marc-André Plaisance** »

Directeur de la prévention des pertes chez GardaWorld

514 409-4029 » marc-andre.plaisance@garda.com

prevention@garda.com

## La prévention des pertes, un engagement tout au long de l'année

La période des vacances entraîne une augmentation des déplacements et de l'affluence dans de nombreux commerces. Les commerçants augmentent souvent leur offre pour satisfaire une clientèle plus large et plus diversifiée qu'à l'ordinaire. Cela attire également d'autres types de personnes, notamment les voleurs à l'étalage. Nos détectives de plancher sont formés pour prévenir les pertes et intervenir en cas de besoin dans vos commerces. Leur simple présence peut dissuader de nombreux individus de commettre des actes malhonnêtes. De plus, cela renforce le sentiment de sécurité des employés, leur permettant de se concentrer sur leurs tâches afin de garantir une offre exceptionnelle.

L'arrivée de l'été s'accompagne également d'une vague importante d'embauches. La réglementation fédérale et provinciale interdit la vente de certains articles aux personnes de moins de 18 ans. Pour garantir le respect de la réglementation en vigueur et des normes établies, nous vous suggérons de faire appel aux services de clients-mystères. Nos employés, âgés de 18 ans à 24 ans, dont l'apparence est jeune, se présentent à l'improviste pour tenter d'acheter des produits dont la vente est restreinte, à l'instar des inspecteurs gouvernementaux. Après leur visite, un rapport vous sera transmis pour confirmer que la formation a été bien suivie et que les normes sont correctement appliquées dans votre commerce. Les amendes en cas de non-conformité lors d'une inspection gouvernementale pourraient avoir de lourdes conséquences financières pour votre entreprise.

# Les **EMPLOYEURS** doivent respecter la *Loi sur l'équité salariale*. Mais comment ?

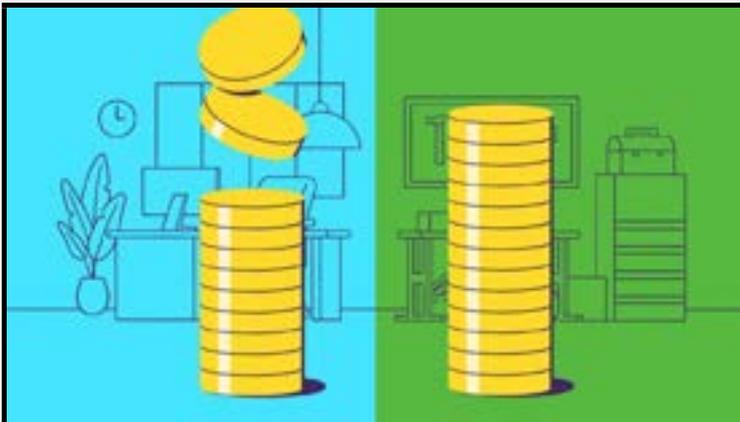
L'équité salariale vise à faire reconnaître le travail féminin à sa juste valeur.



Au Québec, tout employeur qui atteint une moyenne de 10 personnes salariées ou plus a des obligations en équité salariale.



Vous devez d'abord réaliser l'exercice initial. Il s'agit de comparer les salaires des emplois à prédominance féminine de votre entreprise aux salaires des emplois à prédominance masculine de valeur équivalente.



Si un écart est constaté, il faut ajuster le salaire de l'emploi à prédominance féminine pour rejoindre celui de l'emploi à prédominance masculine équivalent.



Une fois l'exercice terminé, vous devez remplir la *Déclaration de l'employeur en matière d'équité salariale (DEMES)* pour en informer la CNESST.



Tous les 5 ans, vous devez évaluer si l'équité salariale est maintenue dans votre entreprise. En analysant les événements survenus dans votre entreprise, vous pourrez vérifier s'ils ont créé des écarts salariaux.



Lorsque l'évaluation du maintien est terminée, vous devez remplir la déclaration à nouveau. N'oubliez pas de planifier votre prochaine évaluation !

Pour en savoir plus sur vos obligations en matière d'équité salariale, visitez la page Web [cnesst.gouv.qc.ca/respect-equite-salariale](https://cnesst.gouv.qc.ca/respect-equite-salariale)



CONCOURS

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



**9<sup>e</sup> édition**

**Du 5 au 25 août**

## Lancement de l'édition 2024!

Le 15 mai dernier, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) a effectué le lancement officiel de la 9<sup>e</sup> édition du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*. Celui-ci a eu lieu au Palais des congrès lors du SIAL Canada en présence de détaillants, de fournisseurs et de partenaires d'affaires.

Les discours de Pierre-Alexandre Blouin, président-directeur général de l'ADA, ainsi que d'Isabelle Roy, directrice générale d'Aliments du Québec, ont marqué officiellement le début du concours. Par la suite, les participants étaient invités à se promener parmi les kiosques d'Aliments du Québec pour découvrir et déguster des produits d'ici.

Cela a permis aux visiteurs de rencontrer directement les producteurs et transformateurs et de comprendre l'histoire et les efforts qui se cachent derrière chaque aliment. De futurs partenariats verront peut-être le jour.

Nous tenons à remercier Aliments du Québec et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) à titre de partenaires de notre concours. Nous voulons également remercier les entreprises d'ici présentes au Salon.



Québec

Consultez le site du  
concours pour plus  
d'informations ▶





## Rencontre régionale de l'ADA en Estrie: tisser des liens, créer des opportunités

Le 31 mai dernier, l'ADA a organisé une rencontre régionale de réseautage à la ferme Bouffard à Hatley. Plus de 40 participants étaient au rendez-vous, ce qui a garanti le succès de cette journée.

Cet événement, qui se déroulait sur l'heure du dîner, a rassemblé les producteurs et les transformateurs régionaux pour favoriser les échanges et développer des relations professionnelles fructueuses avec les détaillants présents en vue du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* et dans le futur. Plusieurs ont mentionné leur engouement envers le concours et leur désir d'y participer cette année. Mission réussie!

Les participants ont pu déguster des produits locaux dans une ambiance conviviale grâce à la présence des six fournisseurs suivants qui avaient un kiosque lors de l'événement:

- Ducs de Montrichard;
- Lupini;
- Drasca;
- Ferme Biologique Cavendale – Ail noir biologique;
- Saatvik Cuisine végé;
- Les As du Fumoir.

Le camion-restaurant de la famille Bouffard, Face de Bœuf, a également été un élément incontournable de cet événement avec son délicieux repas servi.

Nous tenons à remercier chaleureusement les participants, nos partenaires Aliments du Québec et le MAPAQ ainsi que nos hôtes, la famille Bouffard, de nous avoir accueillis chez eux.

Voici quelques photos de l'événement!



## Rencontre régionale de l'ADA en Mauricie: tisser des liens, créer des opportunités

Le 14 juin dernier, ce fut au tour de la Mauricie de recevoir au District Lupel à Trois-Rivières une cinquantaine de détaillants, fournisseurs et producteurs de la région. Cela concluait les tournées régionales que l'ADA a organisées dans le but de promouvoir le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier !*.



Huit fournisseurs étaient au rendez-vous pour parler de leurs produits:

- Charcuterie Lignée RR2 inc.;
- Les Sœurs Clément;
- Saint-Poulet;
- Les Aliments Alxtreme;
- Microbrasserie À la Fût / Quetzal;
- Culture Orenda;
- Ferme Terra Millefolia;
- Cuisine Poirier.

La Fabrique Gourmande n'a malheureusement pas pu être des nôtres, mais a tout de même laissé aux invités des échantillons de leurs produits.

Encore une fois sous la formule d'un dîner, cet événement de réseautage a visé à faciliter la recherche de partenariats entre les acteurs locaux du milieu alimentaire. En plus de déguster des produits régionaux le tout dans une ambiance décontractée, tous ont pu en apprendre davantage sur les différentes compagnies présentes.

La recette gagnante n'est pas nécessairement le plus gros marchandisage, mais trouver l'approche qui saura surprendre la clientèle de manière dynamique et originale. Nous croyons encore une fois cette année que la Mauricie nous épatera avec ces nombreux projets pour le concours!





CONCOURS

## LES ALIMENTS DU QUÉBEC dans mon panier!



### Dates importantes

**13 mai 2024**

Début des inscriptions

**15 mai 2024**

Lancement officiel des inscriptions  
au Sial Canada, à Montréal

**5 au 25 août 2024**

Période de déroulement du concours

**26 août 2024**

Les participants recevront, par courriel,  
le document *Bilan des activités*

**6 septembre 2024**

Date limite pour nous acheminer  
le *Bilan des activités*

**15 novembre 2024**

Dévoilement des gagnants lors de la  
soirée de remise de prix au Congrès  
annuel de l'ADA

### Contact

Stéfany Archambault  
Vice-présidente opérations

sarchambault@adaq.qc.ca

514 982-0104, poste 237



**Grand retour du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* du 5 au 25 août prochain. Participez en grand nombre pour faire rayonner les produits d'ici dans vos commerces!**

## Guide du participant

### Nos quatre catégories en 2024

Pour cette 9<sup>e</sup> édition, nous vous encourageons encore une fois à participer avec un produit maraîcher de votre région afin d'être admissible dans plusieurs catégories. À titre indicatif, voici les critères de sélection du jury:

1

#### Commerce de proximité

- Magasin de moins de 10 000 pi<sup>2</sup>;
- Positionnement (espace sélectionné);
- Exécution (qualité et efficacité);
- Originalité de la présentation du produit;
- Promotion.

2

#### Grande surface

- Magasin de 10 000 pi<sup>2</sup> et plus;
- Positionnement (espace sélectionné);
- Exécution (qualité et efficacité);
- Originalité de la présentation du produit;
- Promotion.

3

#### Produit régional

- Présenter un aliment produit ou transformé dans la même région administrative que le commerce;
- S'appuyer sur les spécificités régionales dans la mise en marché;
- Exécution (qualité et efficacité);
- Originalité de la présentation du produit;
- Promotion.

4

#### Vote du public

Tous les participants au concours se qualifient à la catégorie *Vote du public*. Pour la cinquième année consécutive, les consommateurs sont invités à participer à notre concours en votant pour leur projet de merchandising favori. De plus, ceux-ci ont la chance de mettre la main sur l'un des cinq prix de 1 000\$ de produits alimentaires d'ici.

### Mention aux aliments de bonne qualité nutritive

Cette année, l'ADA aimerait souligner particulièrement les aliments de bonne qualité nutritive par le biais d'une mention spéciale.

Pour porter cette mention, le produit de bonne qualité nutritive doit respecter moins de 15% de la valeur quotidienne pour sa teneur en sucre, en sodium et en gras saturés, et un minimum de 8% de la valeur quotidienne pour sa teneur en fibres.



Lors de la soirée de remise de prix du concours, le CTAQ et AAQ souligneront ces partenariats qui auront mis de l'avant ces produits.



# FRAIS D'INTERCHANGE DE CARTES DE CRÉDIT





Chaque année, les entrepreneurs canadiens paient des milliards de dollars en frais de cartes de crédit aux institutions financières. Il s'agit d'une dépense croissante pour les détaillants en alimentation alors que les consommateurs utilisent de plus en plus ce mode de paiement. Outre cette dépense, les détaillants en alimentation composent avec une augmentation généralisée des autres frais d'exploitation, cela avec des marges bénéficiaires nettes de moins de 2 %. Bien que ces frais d'interchange puissent sembler anodins pour les clients, comme aucune surcharge n'y est associée lors du paiement d'une transaction, ils concernent autant sinon plus les consommateurs que les détaillants. Concrètement, les détaillants sont victimes d'un système très lucratif pour les institutions financières, qui encourage les achats à crédit et l'endettement des consommateurs, au détriment de l'entrepreneuriat.

Quel est l'impact des frais d'interchange chez les détaillants en alimentation québécois? Existe-t-il une relation entre le prix des aliments et ces frais? C'est ce que nous tenterons de mettre en lumière dans cet article grâce à un historique, un survol de la situation à l'international et au Canada, une présentation des données recueillies auprès des détaillants et une revue de la littérature à ce sujet. ▼

# Historique

En ce qui concerne notre association, ce dossier fut l'un des plus actifs au cours des dernières années. C'est en 2006 que l'enjeu a été introduit alors que les médias relatent que les frais de cartes de crédit sont à la hausse avec un volume de transaction de plus en plus élevé comparativement aux transactions Interac et en argent comptant. Les années suivantes ont permis à l'ADA de participer à différents comités du Sénat et de la Chambre des communes, de contribuer à la création de coalitions québécoise et canadienne et de mener plusieurs campagnes de sensibilisation.

Mentionnons notamment les projets de loi S-202 et C-236, déposés à la Chambre des communes en 2013 et 2016 ayant comme objectif de plafonner ces frais, mais qui n'ont pas été adoptés par les parlementaires.

Puis, en 2018, le gouvernement fédéral conclut des ententes volontaires avec les émetteurs de cartes de crédit afin que les frais de gestion moyens passent de 1,5 % à 1,4 %. Malheureusement, beaucoup de petits commerçants paient encore bien au-delà de cette cible à ce jour.

2006

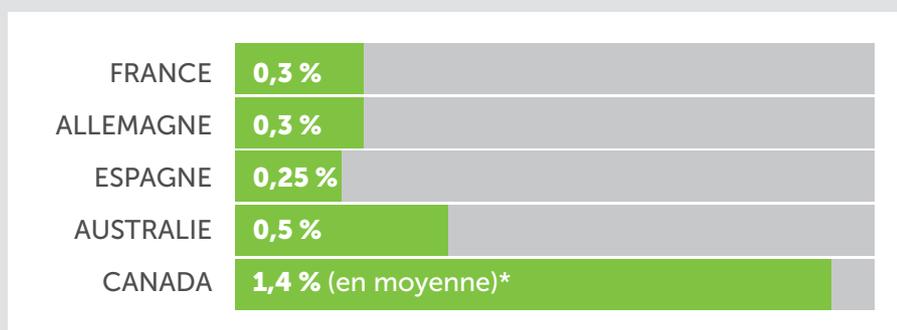
2016

2018

## Où se situe le Canada par rapport aux autres pays?

Porter un regard sur la situation des frais d'interchange dans d'autres juridictions permet d'offrir une perspective sur la réalité des entreprises canadiennes.

Plusieurs pays ont mis en place des réglementations afin de plafonner les frais de cartes de crédit. La majorité des pays d'Europe ont notamment limité ces frais à 0,3 %.



\*Pas pour tous notamment les épiciers qui ont généralement de gros volumes de ventes, mais de très faibles marges nettes.

Au Canada, en 2022, les frais d'interchange moyens de Visa et Mastercard se situaient respectivement à 1,53 % et 1,58 %. Nous pouvons présumer que ce chiffre a baissé légèrement avec la nouvelle réglementation mise en place par le gouvernement fédéral. Cependant, quels seront les effets en ce qui concerne le fardeau des entreprises qui ne bénéficieront pas de cette baisse de taux? Selon l'ADA, il s'agit d'une occasion manquée d'offrir un allègement à ces commerces grâce à une diminution de leurs frais d'exploitation qui peuvent avoir une incidence dans la structure de prix.

Ainsi, les frais d'interchange payés par les entreprises canadiennes sont parmi les plus élevés au monde.



En 2021, l'honorable ministre Chrystia Freeland a annoncé la tenue de consultations en s'engageant à légiférer sur les frais d'interchange. Malgré l'éventail de représentations menées par l'ADA avec différents partenaires, dont la Fédération canadienne des épiciers indépendants, les détaillants en alimentation sont toujours contraints de payer des frais très élevés.

En effet, l'entente survenue en 2023 entre le gouvernement du Canada, Visa et Mastercard prévoit la réduction des frais à un taux annuel pondéré de 0,95 % pour les entreprises dont le volume de ventes annuelles par carte Visa est inférieur à 300 000 \$ et celles dont le volume de ventes annuelles par carte Mastercard est inférieur à 175 000 \$.

Il s'agit d'une bonne nouvelle pour certains petits commerçants qui bénéficieront des nouveaux taux qui entreront en vigueur à l'automne 2024, mais la quasi totalité des détaillants en alimentation sont ignorés par cette mesure. Par ailleurs, est-ce qu'un volume de ventes est la caractéristique la plus adéquate pour déterminer les entreprises pouvant bénéficier d'un rabais alors que les paliers de gouvernement cherchent par différents moyens à assurer la pérennité de ces commerces essentiels à la vitalité des communautés?

2021

2023

2024

# Un mode de paiement de plus en plus utilisé



Au cours des dernières années, l'utilisation des cartes de crédit par les consommateurs n'a fait qu'augmenter au Canada, notamment en raison de la pandémie pendant laquelle le paiement par carte était favorisé. En effet, en 2022, selon les dernières données publiées par la Banque du Canada, 48 % des transactions ont été effectuées par carte de crédit, 26 % par cartes de débit et 22 % en argent comptant. En comparaison, en 2013, 30 % des transactions ont été effectuées par cartes de crédit, 21 % par cartes de débit et 44 % en argent comptant. **Ce changement d'habitude des consommateurs a donc un réel impact sur le coût des frais d'exploitation des détaillants et donc sur la structure de coûts des produits en raison des frais beaucoup plus élevés induits par le paiement par cartes de crédit.**

Concrètement, un détaillant en alimentation canadien moyen paie annuellement près de 155 000 \$ en frais comparativement à un détaillant européen avec un volume d'affaires identique qui paie près de 30 000 \$ pour le même service. Ce coût, qui s'ajoute à l'ensemble des frais d'exploitation et des obligations réglementaires auquel sont assujetties ces entreprises, nuit au développement et à la pérennité de ces entreprises.

En outre, selon l'Association des banquiers canadiens, «58 % des consommateurs qui utilisent fréquemment une carte de crédit mentionnent que les récompenses et les points de fidélité en sont les principales raisons». Une revue de la littérature scientifique portant sur le sujet permet d'approfondir la relation entre les frais d'interchange payés par les détaillants et le coût des aliments payés par les consommateurs. En effet, une étude menée par des chercheurs espagnols révèle que la diminution de 1 % des frais d'interchange engendrerait une diminution des prix de 0,17 %. Rappelons-le, dans une juridiction déjà visée par des taux largement inférieurs au Canada.

Bien que certains produits financiers puissent être jugés comme étant avantageux par les consommateurs, il faut également considérer que ce mode de paiement contribue à augmenter les prix au détail. Plus encore, l'utilisation accrue de ce mode de paiement désavantage les consommateurs qui n'ont pas accès aux bénéfices que certains reçoivent par l'intermédiaire de leur institution financière.

En somme, l'environnement d'affaires des détaillants en alimentation est complexe. D'innombrables obligations incombent à ces entreprises qui

ont des marges bénéficiaires nettes peu élevées (moins de 2 %). Dans ce contexte, la révision des frais d'interchange serait l'occasion idéale de favoriser la pérennité de ces entreprises essentielles à leur communauté. Ce type de changement serait notamment bénéfique pour les commerces en région alors que les différents paliers de gouvernement souhaitent mettre en place des mesures afin de contrer la dévitalisation de ces localités.

Les pays européens qui ont légiféré afin de diminuer ces frais illustrent qu'il est possible de trouver un équilibre permettant de favoriser les consommateurs et les entreprises. Nous devons nous en inspirer. Est-ce qu'un système qui encourage l'endettement des consommateurs et la surcharge de nos entrepreneurs est viable à long terme? Une réflexion s'impose. La mission des détaillants n'est pas d'encourager le rendement et les campagnes marketing des banques, mais d'offrir des aliments et des produits de qualité en assurant un service à la clientèle irréprochable. Chose certaine, notre association continuera de documenter cet enjeu et de représenter les détaillants en alimentation.

# Perspective des États-Unis



**Greg Ferrara**  
PDG, National Grocers Association (NGA)



## Une perspective transfrontalière sur les commissions d'interchange : deux pays, mêmes défis

Alors que les familles se préparent pour les vacances d'été, tant aux États-Unis qu'au Canada, nombreuses sont celles qui ressentent les tensions financières liées aux produits de première nécessité, y compris les achats de nourriture. Un facteur important, mais souvent négligé, est le montant exorbitant des commissions d'interchange, également connus sous le nom de frais d'utilisation de carte de crédit, que les détaillants doivent payer pour traiter les transactions.

Ces frais ne sont pas qu'un désagrément saisonnier, car ce sont les mégabancs et les grands réseaux mondiaux de cartes de crédit

qui sont à l'origine de ces frais très élevés. Au Canada, les commissions d'interchange sont parmi les plus élevées au monde, ce qui représente des milliards de dollars par an pour les commerçants. Ce fardeau financier est particulièrement lourd pour les petites entreprises, qui ont souvent du mal à absorber ces coûts et à comprimer des marges déjà serrées afin de ne pas répercuter ces coûts sur les consommateurs.

Aux États-Unis, la situation est similaire à celle du Canada. Les deux pays sont aux prises avec des frais d'utilisation élevés et les pratiques monopolistiques de Visa et de

Mastercard, qui contrôlent plus de 80 % du marché des cartes de crédit. L'absence de concurrence dans ce domaine a entraîné une augmentation constante des frais d'utilisation qui ont plus que doublé au cours de la dernière décennie, pour atteindre 160,7 milliards de dollars en 2022 aux États-Unis. Mais le plus absurde, c'est que 93,2 milliards de dollars de ce total sont versés à Visa et Mastercard, un montant qui a triplé depuis 2010.

L'industrie des cartes de crédit présente les commissions d'interchange comme une dépense interentreprises ayant peu d'impact sur les acheteurs. Cependant, avec un taux de 1 à 4 %

# Perspective du Canada



**Gary Sands**  
Vice-Président, Fédération canadienne des épiciers indépendants



### CE « PETIT PLUS » A PRIS LA FORME DE L'ANNONCE ET DE L'ENGAGEMENT SUIVANTS POUR LE BUDGET DE 2021 :

La pandémie a entraîné une augmentation rapide et importante des transactions électroniques et en ligne. Les petites et moyennes entreprises doivent payer des frais pour ces transactions, aussi appelés frais d'interchange, qui sont parmi les plus élevés au monde. Le gouvernement collaborera avec les principaux acteurs pour atteindre trois objectifs :

Réduire le coût total moyen des frais d'interchange pour les commerçants.

Veiller à ce que ces établissements bénéficient d'une tarification semblable à celle des grandes entreprises.

Protéger les points récompense existants des consommateurs.

Alors que les libéraux avaient également promis, lors de la dernière campagne électorale, de mettre un terme aux pratiques cupides consistant à faire payer aux détaillants des commissions d'interchange sur la partie des transactions soumise à la TVH et à la TPS, les engagements susmentionnés pris dans le cadre du budget de 2021 ont rendu l'abandon de la promesse relative à la taxe d'interchange moins choquant.

Dans ce contexte, l'annonce de l'été dernier selon laquelle seules les entreprises réalisant moins de 300 000 \$ de ventes par cartes de crédit Visa et moins de 175 000 \$ de transactions par cartes Mastercard pouvaient bénéficier d'une réduction eût été risible, si l'abordabilité des produits alimentaires et la capacité des épiciers indépendants n'étaient pas en jeu. Dans un secteur à fort volume et à faible marge comme celui de l'épicerie de détail, aucun épicier indépendant au Canada ne pourrait bénéficier d'une réduction des frais d'interchange fondée sur ces seuils minuscules. La ministre des Finances, Mme Freeland, n'a fait aucune mention des seuils dans le budget de 2021 en promettant simplement de veiller à ce que toutes les petites et moyennes entreprises bénéficient de frais d'interchange réduits, « similaires » à ceux des entreprises comme Walmart et Costco. Le fait que la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) et Restaurants Canada aient approuvé cette trahison et la réduction sans conséquence des frais est pour le moins curieux.

La lutte pour la réduction des répercussions, pour plus d'équité et de transparence dans le secteur opaque des paiements, ne peut tout simplement pas s'arrêter tant que ces objectifs ne sont pas atteints. C'est une bataille que le CFIG et l'ADA devront poursuivre.

Il devrait incomber au gouvernement, quel qu'il soit, d'examiner toutes les mesures qui peuvent aider à soutenir les petites et moyennes entreprises,

mais en particulier les épiciers indépendants du Canada. Dans une myriade de communautés semi-rurales, rurales et éloignées du Québec et de tout le pays, où il n'y a pas de géants de l'alimentation au détail, les indépendants sont des piliers essentiels du maintien de la sécurité alimentaire.

En outre, si la hausse des coûts s'est répercutée sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, ces coûts sont disproportionnellement plus élevés pour les épiciers indépendants qui ne disposent pas de l'influence des grandes chaînes pour négocier les prix et les frais.

Par une ironie du sort, un mois après l'annonce sur l'interchange par Ottawa, reconnaissant le paysage inégal dans lequel les indépendants sont en concurrence, le Bureau de la concurrence a finalement publié son étude tant attendue sur le secteur de l'épicerie. L'une des principales recommandations du Bureau concernait la nécessité pour les gouvernements de soutenir davantage les épiciers indépendants du Canada.

Les indépendants doivent composer avec une pléthore de règlements fédéraux et provinciaux, la montée en flèche des coûts de l'énergie et du transport, les problèmes de main-d'œuvre et les pressions constantes dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire, notamment les augmentations incessantes des prix des fournisseurs.

Alors que le gouvernement fédéral a passé beaucoup de temps à vanter les

de chaque transaction appliqué à des millions de transactions quotidiennes, ces frais s'accumulent rapidement et deviennent le coût d'exploitation le plus élevé de la plupart des commerçants, après la main-d'œuvre. Les mégabanques et les sociétés émettrices de cartes de crédit réalisent des bénéfices sur le dos des détaillants et des clients que nous servons, en particulier en période d'inflation. Les consommateurs en paient le prix, que ce soit pour les ustensiles de barbecue, les pains à hamburger ou tout ce qu'il y a entre les deux, même dans le cas des transactions en espèces. Les frais d'utilisation excessifs et anticoncurrentiels nuisent aux acheteurs, aux petites entreprises et même à l'économie dans son ensemble, puisque le commerce de détail en est un élément essentiel.

Pour aggraver la situation, ces réseaux imposent aux marchands une politique du « tout ou rien », les obligeant à accepter toutes les cartes du réseau ou aucune. Cette pratique empêche les banques et les commerces d'utiliser

d'autres réseaux, potentiellement moins chers et plus sûrs, ou même d'accorder aux clients une réduction pour l'utilisation d'une carte dont les frais sont moins élevés. Ces sociétés fixent les commissions d'interchange de manière centralisée et n'offrent pas la transparence nécessaire pour négocier. Un tel contrôle sur un marché va à l'encontre des principes de concurrence et d'équité qui sont au cœur des valeurs des Canadiens et des Américains.

Les commerçants, les groupes de consommateurs et les législateurs ont à maintes reprises exhorté Visa et Mastercard à contenir leurs taux. Cela fait un peu plus d'un an qu'un accord entre le gouvernement fédéral canadien, Visa et Mastercard vise à résoudre ce problème, mais malheureusement, il est loin d'être satisfaisant, en particulier pour les épiciers.

L'accord plafonne les commissions d'interchange à 0,95 % pour les entreprises admissibles, ce qui représente une baisse par rapport à

la moyenne précédente de 1,4 % pour les transactions de Visa au Canada. On pourrait penser que c'est une victoire, mais il en va tout autrement si l'on y regarde de plus près. La portée est limitée aux entreprises dont **les ventes Visa annuelles sont inférieures à 300 000 \$ et dont les ventes Mastercard sont inférieures à 175 000 \$**. Cette baisse est donc négligeable pour de nombreux détaillants, notamment ceux qui dépassent ces seuils. Aux États-Unis, les réseaux de cartes et les banques résistent farouchement à une législation qui exigerait simplement davantage de concurrence en imposant un deuxième réseau de paiement pour certaines cartes.

Les États-Unis et le Canada sont confrontés à des défis parallèles en ce qui concerne les frais d'utilisation des cartes de crédit. Les deux pays ont besoin de solutions globales qui répondent véritablement aux besoins de toutes les entreprises, en particulier les petites entreprises indépendantes qui constituent l'épine dorsale de nos économies.



avantages de son « remboursement pour l'épicerie » l'an dernier, ces mesures temporaires sont bien pâles en comparaison d'une réduction réelle et significative des commissions d'interchange qui permettrait d'aider les épiciers indépendants à faire de leur mieux pour gérer la hausse des prix des denrées alimentaires. Ils continueraient ainsi à embaucher dans la région, à acheter des produits locaux et à demeurer un élément essentiel des collectivités du Québec et du Canada. Il ne fait aucun doute que le fait que les banques et les sociétés émettrices de cartes de crédit siphonnent 10 milliards de dollars ou plus en frais de transaction a un impact sur les prix pour les consommateurs dans de nombreux secteurs.

De plus, ces réductions ne coûteraient pas un centime aux contribuables. Autre mensonge avancé par les banques et des sociétés émettrices de cartes : une réduction des frais d'interchange menacerait le cumul de points récompense des consommateurs. Si c'était le cas, pourquoi un consommateur reçoit-il exactement le même nombre de points pour un achat effectué, par exemple, dans un magasin Walmart, où les frais sont moins élevés, que s'il faisait cet achat dans une épicerie indépendante? Selon l'argument avancé par la clique des prestataires de paiement, le consommateur devrait recevoir moins de points pour l'utilisation de sa carte de crédit dans

une chaîne de magasins, puisque ses frais d'interchange sont moins élevés. À l'inverse, les achats dans une épicerie indépendante devraient rapporter beaucoup plus de points au consommateur.

Il est plus que temps pour le gouvernement du Canada d'honorer sa promesse initiale et de mettre fin à la lutte sisyphéenne que le CFG et l'ADA ont menée pour parvenir à l'équité dans le secteur des paiements.

Alors que certains ont fait valoir que les taux d'interchange pour les grandes, moyennes et petites entreprises devraient être identiques, la plupart des épiciers indépendants accepteraient l'engagement des gouvernements de rendre au moins ces frais « similaires ».

Une différence de frais pour un même achat effectué avec la même carte ne devrait pas dépendre de l'endroit où le client fait ses achats.

Notre combat pour une simple équité dans ce secteur monolithique des paiements a été long. Cependant, comme l'a dit Martin Luther King, « l'arc de l'univers moral est long, mais il tend vers la justice ».

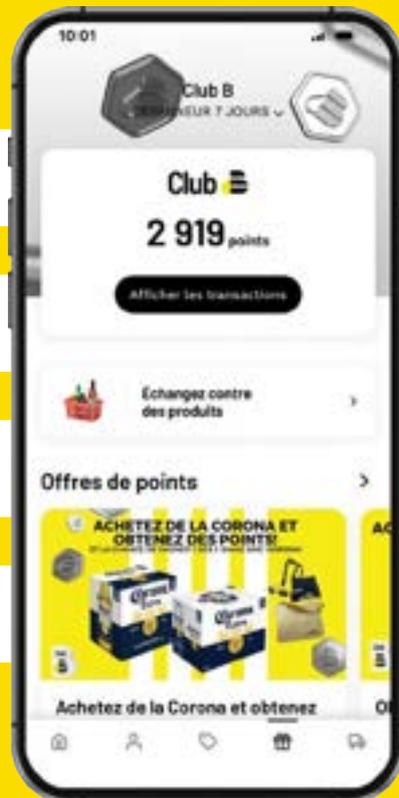
Un jour, nous verrons le gouvernement du Canada s'engager dans cette voie. Il le doit. Pas seulement pour les épiciers indépendants d'aujourd'hui, mais pour ceux de demain. L'équité et la justice dans le secteur des paiements seront notre héritage.



# Bienvenue au CLUB

UN NOUVEAU PROGRAMME  
DE RELATIONS INTERENTREPRISES (B2B)

## BEES



Participez,  
accumulez  
et échangez !



Rendez-vous sur l'application  
de la plateforme BEES ou sur  
le site Web [mybees.ca](http://mybees.ca)



### Inscrivez-vous

Cliquez sur l'icône du cadeau se trouvant sur la bannière de navigation de l'application BEES et acceptez les conditions d'utilisation.



### Complétez des offres

Découvrez comment vous pouvez accumuler des points en cliquant sur l'icône du cadeau.



### Consultez votre solde

Vérifiez le solde de vos points au haut de la page d'accueil du Club B de l'application BEES.



### Échangez vos points

Naviguez dans la section « Échangez contre des produits » située sur la page Club B de l'application BEES afin de consulter la liste des articles échangeables contre des points.



# On a les spécialistes qui comprennent votre entreprise

Notre équipe de spécialistes propose des solutions et des conseils adaptés aux franchiseurs et franchisés afin de les appuyer dans la croissance de leurs activités.

Consultez nos spécialistes  
[bnc.ca/entreprises/franchises](https://bnc.ca/entreprises/franchises)

# Le programme ATE+ boucherie : programme phare de notre industrie



L'Association des détaillants en alimentation du Québec a marqué l'industrie du commerce de détail par son programme de formation de Boucherie de détail. Sa réputation n'est plus à faire.

Ce programme se distingue par l'alternance travail-étude (ATE), où les apprentissages peuvent rapidement être consolidés par la pratique en milieu de travail. Cette immersion pratique dans le monde professionnel permet aux apprenants de développer leurs compétences en adéquation avec les attentes du marché, favorisant ainsi une rétention accrue des connaissances. Il se distingue aussi par rémunération complète des candidats tout au long des 900 heures de formation. Le candidat n'est pas étudiant, il est votre employé! Avec une réputation inégalée, ce programme a formé plus de 280 bouchers au cours des dernières années, façonnant ainsi des bouchers professionnels, compétents et polyvalents.

Au cours de cette formation, plus de 14 compétences spécialisées dans le domaine de la boucherie de détail et de la poissonnerie sont acquises par les apprenants. Cette formation de haut niveau, dispensée en partenariat avec les 15 écoles de formation de la province, délivre un diplôme d'études professionnelles (DEP) en boucherie.

## UNE FORMATION QUI FAVORISE LA RÉTENTION

Les cohortes ATE+ en boucherie affichent un remarquable taux de réussite de 80 %. De plus, 9 diplômés sur 10 accèdent à un emploi à la fin de leur formation, démontrant ainsi la pertinence et la qualité du programme. Les employeurs expriment quant à eux une grande satisfaction du programme, soulignant la haute valeur ajoutée des diplômés issus de ce programme. Le succès de ce programme est la coopération entre gestionnaire et enseignant dans l'apprentissage des candidats. Les témoignages des apprenants, des enseignants et des marchands attestent de l'efficacité de cette approche. Voyons ce qu'ils ont à dire du programme :

**Nous avons sélectionné quatre témoignages des centres de formation professionnelle suivants : le Centre de formation professionnelle Bel-Avenir à Trois-Rivières, le Centre 24 juin à Sherbrooke, le Campus Brome-Missisquoi à Cowansville, et l'École hôtelière de la Capitale à Québec.**

### DES PROFESSEURS DÉVOUÉS

Le Centre de formation professionnelle Bel-Avenir se démarque par sa philosophie d'excellence et son approche immersive dans le domaine de la boucherie. Grâce à des enseignants dévoués comme Yvan Landry et Étienne Lafond, les élèves comme Noah Buisnière et Logan Lessard trouvent leur vocation et développent un grand intérêt pour l'art de la découpe. Pour Noah, c'est une révélation : «J'ai commencé comme commis-emballeur, mais rapidement, j'ai découvert ma passion pour la viande.» Le programme ATE+ leur offre une occasion unique de perfectionnement, rémunérée et adaptable à leur emploi du temps.

### UN HÉRITAGE À PERPÉTUER, UNE PASSION À CULTIVER

À Sherbrooke, le Centre 24 juin incarne la transmission des savoirs et la préparation des futurs entrepreneurs de la boucherie. William-Eden Desmarais et Charlène Gérard illustrent parfaitement cet esprit d'engagement et d'innovation. Pour Charlène, reprendre la boucherie de son père est une aspiration profonde, et le programme ATE+ est une étape cruciale dans ce cheminement. Avec une formule rémunérée à 100 %, les élèves peuvent se concentrer pleinement sur leur formation et acquérir les compétences nécessaires pour répondre aux besoins spécifiques du marché.

### DIVERSITÉ ET PASSION AU CŒUR DE L'APPRENTISSAGE

Au Campus Brome-Missisquoi, la boucherie est une affaire de cœur et de diversité. Jean-Philippe Pelletier et Jake Campbell incarnent cette diversité, avec des parcours différents, mais une passion commune pour l'art de la découpe. Pour Jean-Philippe, le programme ATE+ offre la flexibilité nécessaire pour concilier travail, études et famille, tandis que Jake découvre une vocation inattendue après un parcours scolaire tumultueux. Les enseignants comme Martin Campbell et Guillaume Galipeau sont fiers de voir cet engouement pour la boucherie grandir, avec un programme ATE+ de plus en plus populaire et attractif.



**École hôtelière de la Capitale:**  
Jérémy et Jean-Sébastien



**Campus Brome-Missisquoi:**  
Jean-Philippe Pelletier et Jake Campbell



**Centre de formation professionnelle Bel-Avenir:**  
Yvan Landry et Étienne Lafond



**Centre 24 juin:**  
William-Eden Desmarais et Charlène Gérard



Christian (responsable des stagiaires), Jake et Marie-Lou du programme boucherie et Jade du programme commis viande.

### DES VALEURS À PERPÉTUER

À l'École hôtelière de la Capitale, la boucherie est un art où tradition et modernité se rencontrent. Avec des enseignants comme Benoît Alexandre, les élèves comme Jérémy et Jean-Sébastien explorent les subtilités de ce métier exigeant. Pour Jérémy, l'appréciation de la viande et l'esprit d'équipe sont des motivations essentielles, renforcées par un programme ATE+ qui valorise l'expérience en entreprise. Avec un engouement croissant pour le métier de boucher et des inscriptions en hausse, l'école hôtelière de la Capitale façonne la relève de ce métier emblématique.

### DES RÉPERCUSSIONS POSITIVES CHEZ NOS DÉTAILLANTS

Céline Daigneault, propriétaire du IGA Daigneault à Cowansville qui accueille cette année trois élèves du programme ATE+ boucherie, souligne plusieurs avantages à recevoir des participants dans son magasin. Leur intégration a non seulement créé une dynamique nouvelle au sein de la section boucherie, mais a également suscité un intérêt accru pour le métier parmi les employés. Après l'arrivée d'un premier élève, deux employés ont décidé de suivre des cours de boucherie, démontrant que le métier est devenu une option de carrière viable.

L'apport des étudiants permet également aux bouchers expérimentés de transmettre leur savoir-faire de manière efficace. Former de nouveaux candidats sans expérience peut être difficile, mais encadrer une formation de base s'avère plus facile et structuré.

Les répercussions positives du programme sont nombreuses. La rétention de jeunes travailleurs formés chez eux est notable, ces derniers restant en poste après leur stage. En outre, les étudiants peuvent compléter leurs heures de stage en travaillant à temps partiel, ce qui est bénéfique pour l'entreprise.

Concrètement, les élèves apportent une nouvelle énergie, améliorent le service à la clientèle et introduisent des méthodes de travail plus structurées dans la section boucherie. Sans oublier qu'ils contribuent à combler le manque de main-d'œuvre.

Quant aux heures que les étudiants passent en commerce en plus de leurs heures de classe, Céline Daigneault estime que cela rend la formation plus pertinente. Les heures de pratique en magasin augmentent, permettant aux étudiants de gagner en rapidité et en efficacité sans nuire à la productivité globale.

# De nouveaux programmes de formation font leur entrée à l'automne 2024

L'ADA est fière d'annoncer que de nouvelles opportunités de formation professionnelle seront offertes à l'automne 2024. Ces programmes visent à offrir une éducation de qualité tout en répondant aux besoins du marché du travail. Voici un aperçu des principaux programmes de formation qui seront offerts cette saison.

## DEP EN BOUCHERIE

Le diplôme d'études professionnelles (DEP) en boucherie célèbre cette année son 60e anniversaire depuis son lancement en 2019. Ce programme a déjà formé près de 300 diplômés et continue de croître en popularité. Offert dans 15 régions du Québec, le programme comporte déjà quelque 190 participants inscrits pour cette nouvelle session.

Le DEP en boucherie est structuré en alternance travail-études, avec 40 % de la formation se déroulant directement en magasin. Cette approche pratique permet aux participants d'acquérir une expérience concrète et de se familiariser avec les environnements professionnels. En outre, les participants, employés des magasins, sont rémunérés par leurs employeurs, et le programme s'engage à rembourser intégralement leur salaire. Pour la session d'automne 2024, une amélioration du contenu de la formation est prévue, visant à renforcer encore davantage les compétences des futurs bouchers.



## ISP MÉTIER SEMI-SPÉCIALISÉ : COMMIS MULTI-RAYONS

Le programme d'insertion socioprofessionnelle (ISP) pour le métier semi-spécialisé de commis multi-rayons est lancé en tant que projet pilote avec le campus Brome-Missisquoi de Cowansville. Ce programme est conçu pour permettre aux participants d'apprendre à exécuter diverses tâches dans les magasins, offrant ainsi une polyvalence recherchée par les employeurs.

Les participants bénéficient d'un encadrement pédagogique assuré par des intervenants de l'école, ce qui garantit un apprentissage rigoureux et une acquisition des compétences nécessaires au métier. Le participant-employé est rémunéré par l'employeur, avec un remboursement de 50 % du salaire par le programme. À terme, cette formation conduit à un certificat, et plus de sept écoles et centres de formation ont déjà manifesté leur intérêt à offrir ce programme, soulignant son potentiel pour répondre aux besoins en main-d'œuvre.



## AEP ÉTALAGE ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

L'attestation d'études professionnelles (AEP) pour le programme de commis étalage et service à la clientèle dans un commerce d'alimentation est une autre initiative intéressante prévue pour cet automne. Ce programme intègre des volets de francisation, de littératie, de numératie et de compétences numériques, et est également structuré en alternance travail-études (ATE).

Cette formule permet aux participants de travailler dans des commerces d'alimentation tout en appliquant les connaissances et compétences acquises à l'école. Le participant est employé par le magasin, et son salaire est entièrement remboursé par le projet. Ce programme pilote a été développé par le service aux entreprises et de formation continue Korpus de Laval. Plusieurs régions ont déjà exprimé leur intérêt pour cette formation, qui pourrait combler une partie du manque de main-d'œuvre dans l'industrie de l'alimentation.



# Emploi et maternité : prévoir l'affectation et prévenir les dangers



Le programme Pour une maternité sans danger de la CNESST est un programme de prévention qui vise à protéger la santé de l'enfant à naître, de l'enfant allaité ou de la travailleuse, en raison de sa grossesse, et ce, tout en lui permettant de continuer à exercer son travail de manière sécuritaire. En tant qu'employeur, votre rôle est d'assurer un milieu et des conditions de travail sans danger pour la travailleuse et son enfant. Pour ce faire, il est possible, pendant sa grossesse ou la période d'allaitement, d'adapter ses tâches ou son poste de travail, ou de lui proposer un nouveau poste ou de nouvelles tâches. C'est ce qu'on appelle l'affectation.

## Une politique d'affectation, c'est gagnant !

Il est possible de vous préparer à l'annonce d'une grossesse au sein de votre entreprise en créant une politique d'affectation. Voici les quatre étapes clés à la préparation de cette politique :

1. Consultez les **protocoles** ou les rapports médico-environnementaux que vous avez reçus par le passé, et ce, pour tous les types d'emplois disponibles dans votre établissement (ex. : caissière, gérante). Les dangers physiques qui y sont décrits vous aideront à déterminer ce qui représente un danger dans les tâches, les postes ou les conditions du travail pour la travailleuse enceinte ou qui allaite.
2. Dressez l'inventaire des conditions de travail au sein de votre entreprise qui peuvent présenter un danger pour la travailleuse.
3. Identifiez des tâches que la travailleuse pourrait faire ou un autre poste qu'elle pourrait occuper, selon ses capacités et ses compétences.
4. Établissez une marche à suivre lorsqu'une travailleuse vous remet le *Certificat visant l'affectation ou le retrait préventif de la travailleuse enceinte ou qui allaite*. Il s'agit de sa demande d'affectation.

## Trois avantages de l'affectation



Conserver l'expertise de sa main-d'œuvre au sein de l'entreprise



Démontrer son souci pour le bien-être des travailleuses enceintes ou qui allaitent et de leurs collègues en maintenant la cohésion des équipes



Attribuer diverses tâches considérées comme étant moins prioritaires, mais très bénéfiques pour l'entreprise

## Connaissez-vous le soutien financier offert par la CNESST lors d'une affectation ?

Lors de son affectation, la travailleuse doit avoir le même salaire et les mêmes avantages que lorsqu'elle exerce son emploi habituel. En revanche, il est possible que son affectation soit à un poste dont le salaire est plus bas que son salaire habituel ou que son horaire de travail soit à temps réduit. Lorsque cette situation se produit, la CNESST vous offre un soutien financier et peut vous rembourser la différence de salaire entre le poste d'affectation de la travailleuse et son poste habituel.



Pour plus d'information, consultez  
le [cnesst.gouv.qc.ca/pmsd](https://cnesst.gouv.qc.ca/pmsd).

# 68<sup>e</sup>

## CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

**15, 16 ET 17 NOVEMBRE 2024**  
AU FAIRMONT LE CHÂTEAU FRONTENAC

### UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER !

Cette année, rencontrons-nous tous au Fairmont Le Château Frontenac afin d'échanger de nouveaux sous le même toit ! Vous retrouverez des activités et des conférences pertinentes dès le vendredi après-midi. Le congrès de l'ADA est un moment important de l'année, car il permet de se retrouver pour échanger sur les nouvelles réalités de notre industrie, d'apprendre de ses compères, en plus de découvrir de nouveaux produits et de nouvelles façons de faire. Ne manquez pas ce rendez-vous unique, qui rassemble un grand nombre de fournisseurs et détaillants !



# PROGRAMME PRÉLIMINAIRE\*

## VENDREDI

### CONFÉRENCE

Isabelle Fontaine



**CONFÉRENCE : DE LA TRADITION À L'INNOVATION :** Les Bières Avec et Sans Alcool présenté par Marie-Antoinette Directrice stratégies et politiques à l'Association des brasseurs du Québec et Sylvain Bouchard, Sommelier en bière

### DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

Les quatre partenariats gagnants du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* seront honorés lors du congrès. Animation par **Josée Bournival.**



## SAMEDI

### AGA

### DOSSIERS POLITIQUES

Samuel Bouchard Villeneuve

### TEMPLE DE LA RENOMMÉE

### VOLET FOURNISSEUR

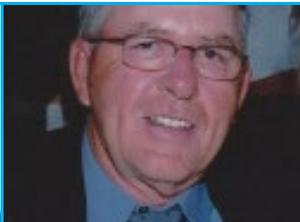
**st Donat**  
BOULANGERIE • BAKERY  
- 1924 -

xxx | xxx

### VOLET DÉTAILLANT



**Dany Benoit**  
IGA Extra Famille  
Benoit Saint-Hyacinthe



**Jean-Pierre Corriveau**  
Hommage posthume  
Metro Corriveau et Fille

## DIMANCHE

DISCOURS DE CLÔTURE ET DÉJEUNER.

# 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 68<sup>e</sup> congrès annuel de l'Association, le samedi 16 novembre 2024 au Farimont Le Château Frontenac.

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.

**Annie Paquette**

Secrétaire de l'ADA (Pasquier)

### 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 : sarchambault@adaq.qc.ca

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



POUR VOUS INSCRIRE

# 68<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

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

Coûts inscription (avant et après le 13 octobre / + taxes)

Détaillant				
	Membre*		Non-membre	
	Avant	Après	Avant	Après
Dépanneur	550 \$	735 \$	660 \$	945 \$
Épicerie (- de 10 000 p <sup>2</sup> )	770 \$	945 \$	880 \$	1 155 \$
Épicerie (+ de 10 000 p <sup>2</sup> )	990 \$	1 155 \$	1 100 \$	1 365 \$

Fournisseur / Distributeur			
Avant		Après	
Membres*	1 860 \$	Membres*	2 040 \$
Non-membres	2 370 \$	Non-membres	2 520 \$

\*Cotisation payée

Le coût est pour une personne et son conjoint ou sa conjointe

Coûts inscription à la carte (+ taxes)

	Vendredi	Samedi
Détaillant	390 \$	550 \$
Fournisseur	820 \$	1 270 \$

Escouade jeunesse (Service de garde)

185 \$ pour le premier enfants | 135\$ pour les enfants additionnels

Nom et prénom de l'enfant #1	Allergies	Âge:
Nom et prénom de l'enfant #2	Allergies	Âge:
Nom et prénom de l'enfant #3	Allergies	Âge:

## COMMANDITES<sup>2</sup>

Liste des commandites disponibles

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



**INSCRIPTION  
PLAN DE  
COMMANDITE**

**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.

### IMPORTANT !

**Réservation des chambres :** Afin de bénéficier d'un tarif préférentiel à partir de 239\$, 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:** 1.800.441.1414. en mentionnant le Groupe ADA2024

**Réserver en ligne:** <https://book.passkey.com/go/ADAQ2024>



**RÉSERVATION  
DES  
CHAMBRES**

**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.

# Vous appréciez notre travail?

Devenez membre  
détaillant ou fournisseur.  
[www.adaq.qc.ca](http://www.adaq.qc.ca)



**CONTACTEZ-NOUS**

communication@adaq.qc.ca  
(514) 982-0104

**COORDONNÉES**

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



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec



LE SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION

# LEM ON ON THE CAKE\*



\* Citron sur le gâteau, SIAL Paris met à l'honneur son emblème pour célébrer ses 60 ans.

Rendez-vous sur [sialparis.fr](http://sialparis.fr)

**PROFITEZ  
DU TARIF STANDARD  
JUSQU'AU 16 SEPT.**

**PARIS** — 19 — 23 Octobre 2024

Contact pour plus d'informations : Julianne Pilon : [jpilon@expocanadafrance.com](mailto:jpilon@expocanadafrance.com)

# SIAL CANADA VOUS PRÉSENTE LA GRANDE GAGNANTE DU CONCOURS DU MEILLEUR MARCHAND FROMAGER CANADIEN 2024 !

## SIAL MARCHAND-FROMAGER CANADIEN

### FÉLICITATIONS À LA GRANDE GAGNANTE 2024 !

La gagnante bénéficie de visibilité et de retombées internationales grâce au titre prestigieux du « Meilleur Fromager-Marchand Canadien 2024 par SIAL » ainsi que de la promotion SIAL complète incluant les réseaux sociaux, un communiqué de presse, une interview dans le SIAL Podcast par The Food Professor, et un article dans Culture Cheese Magazine (US). La gagnante aura aussi la chance de représenter le Canada sur la scène Internationale en France en septembre 2025, avec prise en charge de son voyage, hébergement, et frais d'inscription. Elle deviendra aussi juge au concours du Meilleur Marchand-Fromager Canadien 2026 au SIAL Canada à Montréal, affirmant son statut d'experte dans l'industrie.

### À PROPOS DU CONCOURS DE MARCHAND FROMAGER

Pour cette première édition, cinq candidats talentueux ont été sélectionnés pour participer à la compétition le 15 mai 2024 au SIAL Canada au Palais des Congrès de Montréal en direct devant le public et le jury. Les candidats ont dû faire preuve de maîtrise, de créativité et de connaissances lors de quatre épreuves : une dégustation à l'aveugle, une présentation persuasive devant le jury, un test de connaissances, ainsi que la création de plateaux artistiques sur le thème **Les villes du Monde**. La gagnante, Mme Amélie TENDLAND de la Laiterie Charlevoix (Québec) aura l'honneur de représenter le Canada au Mondial du Fromage à Tours (France) en septembre 2025.

#### Merci à nos membres du jury:

Yannick Achim, Karyne Duplessis Piché, Gurth Pretty, Caroline Bédard, Josie Krogh, Erin Harris, Elyse Rivera, et Mary Ferrer.

#### Merci aux 5 candidats ayant participé à cette édition 2024:

Amélie Tendland, Bryan Hackney, Pascal Fortin, Sarah McNulty, Anne Gauvreau-Sybillé.



#### Un mot du président du jury

"Je suis extrêmement satisfait de cette première compétition qui a mis en lumière la responsabilité du Marchand Fromager dans la mise en valeur des fromages fins. L'engagement des participants durant les 4 épreuves et la qualité des performances ont permis aux candidats de démontrer l'importance de la rigueur, du savoir-faire et des connaissances dans ce métier, faisant de cet événement une expérience inoubliable pour tous."

Yannick Achim, Président du jury

#### SOURCE : SIAL CANADA

Relations de presse Marelle Communications  
cisambert@marellecommunications.com



### Bravo à la Grande Championne Amélie TENDLAND de la Laiterie Charlevoix, QUÉBEC

"Je suis très fière d'avoir participé et remporté cet exigeant concours qui a su mettre en lumière le magnifique métier de marchand fromager. Ce fut un moment intense et très formateur. C'est avec honneur – et humilité – que je représenterai le Canada l'an prochain lors du Mondial du Fromage à Tours en France. Je passerai les prochains mois à m'y préparer avec rigueur et passion."



— Partenaires de l'édition 2024 du Concours Meilleur Marchand Fromager Canadien —

— Soutenu par —

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

# Nouvelles dispositions légales pour les milieux de travail : Ce que vous devez savoir en tant que détaillant

Comme détaillant, rester informé des réglementations en évolution est crucial pour assurer la sécurité et le bien-être de vos employés et de vos clients. Deux nouveaux règlements importants affectant les entreprises sont récemment entrés en vigueur ou le seront dans la prochaine année : la Loi visant à prévenir et à combattre le harcèlement psychologique et la violence à caractère sexuel en milieu de travail et la nouvelle politique d'étiquetage des aliments au Canada. Voici un aperçu détaillé de ce que ces règlements impliquent pour votre entreprise.

## LOI VISANT À PRÉVENIR ET À COMBATTRE LE HARCÈLEMENT PSYCHOLOGIQUE ET LA VIOLENCE À CARACTÈRE SEXUEL EN MILIEU DE TRAVAIL

La Loi visant à prévenir et à combattre le harcèlement psychologique et la violence à caractère sexuel en milieu de travail est une mesure législative importante qui vise à créer un environnement de travail plus sûr et plus respectueux pour tous. Voici quelques faits saillants de cette loi :

### EN VIGUEUR DEPUIS LE 27 MARS 2024 : LA LOI AJOUTE UNE DÉFINITION DE LA VIOLENCE À CARACTÈRE SEXUEL DANS LA LOI SUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DU TRAVAIL.

Les personnes qui dénoncent une situation de harcèlement dont elles ont été témoins bénéficieront d'une protection contre les représailles.

Les coûts des prestations liées aux lésions professionnelles découlant de la violence à caractère sexuel seront répartis entre les employeurs.

### ENTRÉE EN VIGUEUR LE 27 SEPTEMBRE 2024 : DES PRÉSUMPTIONS POUR FACILITER LA RECONNAISSANCE D'UNE LÉSION PROFESSIONNELLE RÉSULTANT DE LA VIOLENCE À CARACTÈRE SEXUEL ONT ÉTÉ AJOUTÉES.

Le délai pour produire une réclamation pour une lésion professionnelle résultant de la violence à caractère sexuel passera de 6 mois à 2 ans.

Les sanctions pour toute infraction touchant la confidentialité du dossier d'une travailleuse ou d'un travailleur ont été introduites, concernant l'employeur, la personne qu'il autorise et le professionnel ou la professionnelle de la santé qu'il désigne.

Entrée en vigueur à la même date que les dispositions réglementaires sur les mécanismes de prévention et de participation en établissement (1er octobre 2025) : La violence à caractère sexuel doit être incluse dans l'identification des risques psychosociaux liés au travail.

Les politiques obligatoires en matière de harcèlement psychologique ou sexuel doivent désormais prévoir des mesures de formation, d'enquête et de confidentialité.



**SOURCE :** [www.cnesst.gouv.qc.ca/fr/organisation/documentation/lois-reglements/loi-harcelement-psychologique-violence-caractere](http://www.cnesst.gouv.qc.ca/fr/organisation/documentation/lois-reglements/loi-harcelement-psychologique-violence-caractere)

# Nouvelle politique d'étiquetage des aliments au Canada

La Loi sur les aliments et drogues et la Loi sur la salubrité des aliments au Canada forment le socle réglementaire qui régit l'étiquetage des aliments dans le pays. Ces lois visent à protéger la santé et la sécurité des consommateurs tout en favorisant un marché équitable et sûr. L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et Santé Canada partagent la responsabilité de réglementer l'étiquetage des produits alimentaires.

L'ACIA et Santé Canada révisent régulièrement les exigences en matière d'étiquetage pour diverses raisons, telles que l'alignement sur les avancées scientifiques, la conformité aux normes internationales telles que le Codex Alimentarius, la promotion de l'harmonisation entre les juridictions et la stimulation de l'innovation.

Une nouvelle politique conjointe a été introduite pour améliorer la coordination des changements réglementaires concernant l'étiquetage des aliments et pour établir des dates de conformité prévisibles.

Les objectifs de cette politique sont doubles : offrir à l'industrie une prévisibilité accrue concernant les dates de conformité aux changements d'étiquetage tout en permettant à l'ACIA et à Santé Canada de réagir rapidement aux cas graves de tromperie des consommateurs et aux risques pour la santé publique.

Cette politique s'applique à toutes les modifications réglementaires concernant l'étiquetage des aliments introduites après le 5 août 2021.

Les dates de conformité seront établies tous les deux ans à partir du 1er janvier 2026, en harmonie avec les pratiques des États-Unis. Il est important de noter que les dates de conformité ne seront pas automatiquement synchronisées avec les prochaines dates disponibles, mais seront déterminées de manière spécifique.

Les parties réglementées sont tenues de garantir que les aliments vendus au Canada respectent les exigences réglementaires en matière d'étiquetage. L'ACIA continuera de surveiller la conformité en priorisant les inspections basées sur les risques, notamment en ce qui concerne la fabrication, l'importation et la vente au détail des aliments emballés et étiquetés.

Cette politique vise à assurer une application cohérente des réglementations sur l'étiquetage des aliments tout en offrant à l'industrie des repères clairs pour la conformité réglementaire.

**SOURCE :** [www.canada.ca/fr/sante-canada/services/aliments-nutrition/legislation-lignes-directrices/politiques/coordination-etiquetage-aliments/enonce-politique-conjoint.html](http://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/aliments-nutrition/legislation-lignes-directrices/politiques/coordination-etiquetage-aliments/enonce-politique-conjoint.html)

# 60<sup>e</sup> TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



## CETTE ANNÉE MARQUAIT LE 60<sup>e</sup> TOURNOI DE GOLF DE L'ADA!

La présence de détaillants, de fournisseurs et de partenaires, malgré les conditions météorologiques incertaines, et une atmosphère chaleureuse ont rendu cet événement inoubliable. Du brunch en début de journée jusqu'au dernier coup sur le parcours en finissant par un cocktail dinatoire, chaque instant était marqué par la camaraderie et la compétition amicale.

Nous avons été enchantés de voir plus de 200 participants de l'industrie alimentaire se réunir et échanger sur les dernières nouvelles de l'industrie. C'était une excellente occasion de rencontrer de nouveaux partenaires commerciaux, de partager des idées et de consolider les relations professionnelles existantes. Le succès du tournoi était le fruit de l'enthousiasme et de l'engagement de chaque participant, ainsi que du soutien de nos précieux partenaires. Nous sommes déjà impatients de vous retrouver l'année prochaine pour une nouvelle édition du tournoi de golf de l'ADA. En attendant, voici quelques souvenirs de cette journée exceptionnelle.



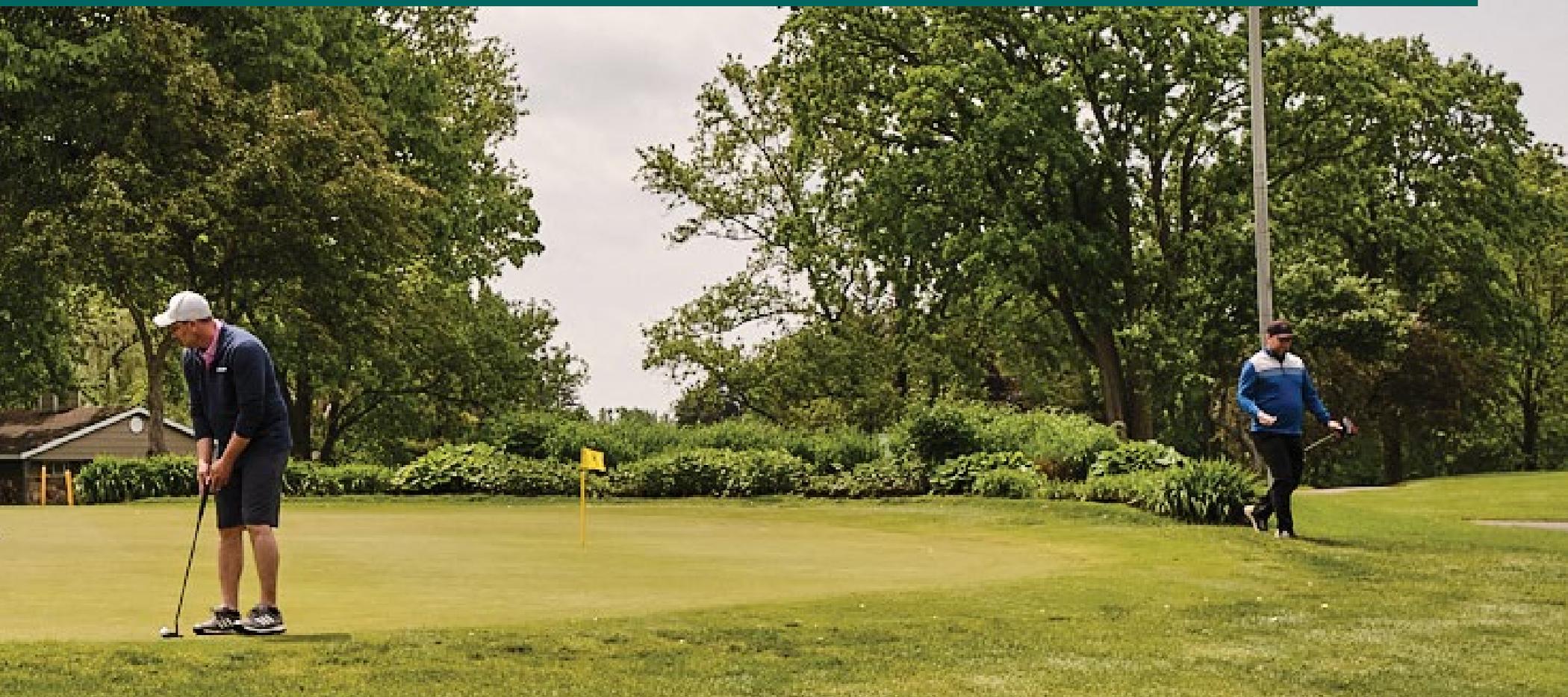
MERCI À NOS  
PARTENAIRES

COMMANDITAIRE PRINCIPAL



COMMANDITAIRES ASSOCIÉS





COMMANDITAIRES OR



COMMANDITAIRES ARGENT



FORMATIONS EN LIGNE DU CSMOCA

# UN ABONNEMENT QUI RÉPOND À VOS BESOINS!

**GRATUIT  
POUR LES  
MEMBRES  
DE L'ADA**

**ABONNEZ-VOUS**  
au portail du **CSMOCA !**



**CSMOCA**

*Coup de coeur*



**Des formations adaptées aux besoins des détaillants**

- 17 formations offertes pour vos employé.e.s;
- Plateforme en ligne facile à utiliser;
- Vous permet d'augmenter la rétention de votre personnel.

**GRATUIT POUR LES MEMBRES DE L'ADAQ !**

© Pasquier Delson

Visitez le [csmoca.org](http://csmoca.org) et suivez-nous sur les réseaux sociaux !  
Contact : [info@csmoca.org](mailto:info@csmoca.org) | 514 499-1598



## CONNAISSEZ-VOUS LE PORTAIL?

Cette plateforme d'apprentissage a été spécialement élaborée pour les détaillant.es dans le secteur du commerce de l'alimentation. Elle vous propose des formations en ligne essentielles au bon développement professionnel de vos employé.es. Si vous êtes gestionnaire, notez que les membres de l'ADAQ ont accès GRATUITEMENT à ces outils. Alors, pourquoi ne pas en profiter? Si vous n'êtes pas membre, nous proposons trois types d'abonnements offerts à prix modique, qui s'adaptent aux besoins distinctifs de la taille de votre entreprise.

## FORMATIONS OFFERTES

Les 17 formations en ligne sont majoritairement dédiées aux commis. Elles sont interactives, synthétisées et ont chacune un examen à la fin pour permettre une compréhension optimale des compétences acquises. Elles permettront à vos employé.es d'obtenir une attestation concrétisant leurs apprentissages et augmentant de ce fait leur sentiment de fierté envers leur travail. En utilisant nos outils, accédez à un meilleur taux de rétention de votre personnel!

Parmi les formations qui vous sont offertes, vous trouverez : Commis 101, Épicerie, Fruits et légumes, Fromages et charcuteries, Mets préparés, Boulangerie et pâtisserie, Boucherie, Poissonnerie, Poissonnier+, trois modules sur les produits biologiques, locaux et les allergènes, Conseiller.ère bières de microbrasserie, Travaillons en français, Alertes aux pertes ainsi que Nous cartons (adapté aux commerces de proximité et aux épiceries).

Le portail vous offre de nombreux avantages notamment une accessibilité à distance permettant à vos employé.es de se former à leur rythme et en peu de temps! Ce format de formation est de plus en plus utilisé au cours des dernières années, car il s'adapte au mode de vie chargé du personnel et à la conciliation travail et vie familiale tant recherchée. Abonnez-vous au portail du CSMOCA et découvrez les bénéfices que les formations offrent pour votre milieu de travail au quotidien!

## APPRENEZ-EN DAVANTAGE SUR LE CSMOCA

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation est un organisme sans but lucratif dédié au développement des compétences de la main-d'œuvre de son secteur. Depuis près de 25 ans, il est un partenaire incontournable pour les épiceries, les magasins spécialisés, les commerces de proximité et les entrepôts alimentaires partout à travers le Québec! Notre mission est d'informer, à travers la conception d'études et d'analyses, de former la main-d'œuvre avec la production de formations et d'outils de haute qualité, et de valoriser le secteur grâce à des conférences et à des présentations destinées à diverses clientèles. Vous œuvrez dans le domaine de l'alimentation 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 à l'écoute de vos besoins et ouvertes à de nouvelles collaborations afin de contribuer ensemble à l'avancement de l'industrie.

**Janie Leclerc**

Agente aux communications | [jleclerc@csmoca.org](mailto:jleclerc@csmoca.org) | (514) 499-1598 poste 4



**HED** | Courtier en Assurance

# ENFIN UN COURTIER D'ASSURANCE QUI MAGASINE POUR VOUS!

Notre éventail d'assureurs nous permet de vous trouver le meilleur rapport qualité/prix



**VOYEZ PAR VOUS-MÊME**



# NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

## INAUGURATION OFFICIELLE DU CENTRE HUMAMI : UNE NOUVELLE ÈRE POUR LA RECHERCHE SENSORIELLE ET CONSOMMATEURS

En mars 2023, Cintech agroalimentaire a procédé au lancement du Centre HUMAMI, une filiale dédiée à la science du sensoriel et à la recherche consommateurs. Depuis plus de 25 ans, les experts se distinguent comme une référence dans ce domaine, permettant de placer les attentes des consommateurs au cœur du développement de produits à succès.

Ainsi, le Centre HUMAMI s'appuie sur cette expertise pour offrir des services spécialisés visant à capter les perceptions et attentes des consommateurs, ainsi qu'en impliquant les utilisateurs et les décideurs dans une approche collaborative innovante pour contribuer à des projets structurants.

Le 30 avril dernier, une journée spéciale d'inauguration a permis à plus de 100 invités de découvrir les nouvelles infrastructures lors de 90 minutes de découvertes et d'expérimentations des services offerts par le Centre HUMAMI. L'aspect immersif et technologique des nouvelles installations permet également de favoriser les échanges et collaborations enrichissantes entre les différents intervenants.

Cette journée a été une occasion unique de se familiariser avec les services distincts du Centre HUMAMI qui font du sensoriel et de la recherche consommateurs une science au cœur de l'innovation et de la compétitivité tant pour le secteur agroalimentaire que pour les biens de consommation.

Source : [https://www.linkedin.com/posts/centre-humami\\_daezliiss-natura-bioaltitude-activity-7192233064352088064-8UCh?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop](https://www.linkedin.com/posts/centre-humami_daezliiss-natura-bioaltitude-activity-7192233064352088064-8UCh?utm_source=share&utm_medium=member_desktop)



## PRATICO-PRATIQUES CÉLÈBRE EN 2024 SES DEUX DÉCENNIES D'EXISTENCE!

Pratico-Pratiques célèbre ses 20 ans en 2024 avec des festivités et un magazine spécial. Fondée en 2004 par Caty Bérubé, l'entreprise est devenue une référence avec le magazine «5 ingrédients, 15 minutes» et compte maintenant plus de 100 employés. En réponse à l'ère numérique, Pratico-Pratiques a lancé l'agence Pratico Média en 2015, offrant des services de production de contenus et de stratégie marketing. L'agence, reconnue pour ses partenariats durables avec entre autres Patates Dolbec, Napoléon et Stelpro, Canards du Lac Brome, Aliments Roma, Aliments du Québec et El-Ma-Mia, et son événement annuel Rendez-vous Pratico Média, continue de croître avec une trentaine d'employés et de nombreux projets innovants.

Source : [https://praticomedia.com/notre-division-soeur-celebre-ses-20-ans/?goal=0\\_f2b7538585-5ca20a37c5-431365576mc\\_cid=5ca20a37c56mc\\_eid=5faf896a07](https://praticomedia.com/notre-division-soeur-celebre-ses-20-ans/?goal=0_f2b7538585-5ca20a37c5-431365576mc_cid=5ca20a37c56mc_eid=5faf896a07)

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.



## LASSONDE RÉALISE UNE ACQUISITION DE 320 MILLIONS AUX ÉTATS-UNIS

L'entreprise canadienne Rougemont Industries Lassonde a acquis Summer Garden, un fabricant américain d'aliments de spécialité, pour 235 millions USD, avec un potentiel de 45 millions USD supplémentaires sur trois ans si des objectifs financiers sont atteints.

Cette acquisition permet à Lassonde de renforcer sa présence aux États-Unis et de presque doubler ses activités dans le segment des aliments de spécialité. Lassonde, connue pour ses jus Oasis et Rougemont, est déjà active dans le domaine des sauces avec sa marque Canton. Les sauces représentent 10 % des revenus annuels de Lassonde, soit entre 150 et 200 millions CAD.

La transaction, attendu cet été, devrait améliorer les marges bénéficiaires de Lassonde. Lassonde vise à atteindre un chiffre d'affaires de 3 milliards CAD, contre 2,3 milliards CAD actuellement.

Source : [https://www.lapresse.ca/affaires/entreprises/2024-06-21/lassonde-realise-une-acquisition-de-320-millions-aux-etats-unis.php?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=linkedin](https://www.lapresse.ca/affaires/entreprises/2024-06-21/lassonde-realise-une-acquisition-de-320-millions-aux-etats-unis.php?utm_source=dlvr.it&utm_medium=linkedin)



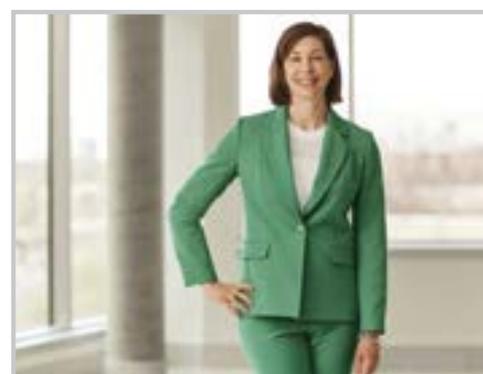
## CONVIVIO, COOPÉRATIVE ANNONCE L'ACQUISITION D'UN 4E MAGASIN IGA SITUÉ À SAINT-JEAN-CHRYSOSTOME

Du changement pour le IGA de Saint-Jean-Chrysostome. La famille Pepin, propriétaire du IGA depuis 1984 a choisi de confier sa clientèle et ses employés aux bons soins de la coopérative Convivio. Pour la communauté de Saint-Jean-Chrysostome, faire son épicerie dans une coopérative va lui permettre de bénéficier d'une économie participative et d'une implication forte dans son milieu.

Depuis le 17 juin 2024, c'est la coopérative Convivio qui reprend le flambeau des activités au IGA Saint-Jean Chrysostome. Avec l'équipe en place, la coopérative va continuer d'offrir la meilleure expérience possible à la clientèle.

Convivio continue sa croissance et étudie plusieurs projets d'expansion, tout en restant fidèle à ses valeurs coopératives et à son engagement envers la communauté.

Source : Communiqué de presse Convivio, Coopérative du 20 juin 2024, Québec



## AVIS DE NOMINATION – SOPHIE PERREAULT

Les Éleveurs de porcs du Québec sont fiers d'annoncer la nomination de Mme Sophie Perreault à la direction générale de l'organisation, poste qu'elle occupait par intérim depuis mars dernier. Forte de plus de 20 ans d'expérience dans le secteur de l'agroalimentaire, notamment comme présidente-directrice générale de l'Association québécoise de distribution de fruits et légumes (AQDFL), Sophie Perreault est reconnue pour son leadership mobilisateur, sa vision stratégique et son approche pragmatique orientée vers les résultats.

Source : Sophie Perreault confirmée comme directrice générale des Éleveurs de porcs du Québec - Les Éleveurs de porcs du Québec ([leseleveursdeporcsduquebec.com](http://leseleveursdeporcsduquebec.com))

# ACTUALITÉS DE TCBO

## RTCBO

### SOUTENIR LES PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS ALIMENTAIRES DU QUÉBEC

Durant l'été 2024, le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBO) débutera un travail de cartographie des distributeurs régionaux destinée à soutenir les producteurs et transformateurs alimentaires de toutes tailles à travers les quatre coins du Québec.

Cet outil aura comme vocation de faciliter la mise en marché, permettant ainsi une meilleure visibilité et accessibilité des produits locaux dans les différents marchés. Cette démarche s'inscrit un effort continu d'accompagnement des entreprises bioalimentaires dans leur processus envers le marché institutionnel de la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ).

Pour plus d'informations sur l'organisation, visitez le [rtcbo.com](http://rtcbo.com)



## LANAUDIÈRE

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

Dans un premier temps, l'équipe du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière est ravie d'accueillir Anie Lépine à titre de coordonnatrice Goûtez Lanaudière!

Dynamique, sympathique et à l'écoute, elle saura vous accompagner avec professionnalisme et dévouement. Avec son expérience solide en publicité et en marketing local, ainsi que ses connaissances approfondies en design graphique, elle apporte une belle valeur ajoutée pour le développement de notre campagne promotionnelle. Elle sera à la fois sur le terrain à titre de marchandiseuse et de responsable du déploiement de Goûtez Lanaudière!

De plus, pour les détaillants et les entreprises de la région, nous avons de tout nouveaux kiosques de dégustation que nous mettons à votre disposition gratuitement. Que ce soit pour un événement particulier ou dans le cadre de promotions ponctuelles, n'hésitez pas à communiquer avec Anie – [alepine@cdbl.ca](mailto:alepine@cdbl.ca).



# Mutuelles de prévention : Devenez membre.

Avec nous, la SST peut être simple.

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

Simplifiez la SST :

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

Plus de 40 formations SST en ligne incluses.

Apprenez-en plus dès aujourd'hui.

[telussante.com/mutuellesdeprevention](https://telussante.com/mutuellesdeprevention) | 1-800-565-4343



\*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.

# NOUVEAU STYLE ÉPURÉ



Pour tous vos besoins,  
les meilleures solutions



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**  
CANADA



**arneg**  
SYSTÈMES