

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Hiver 2025

CONSIGNE

Le compte à rebours est commencé!

Dossier spécial
P.12 à 14



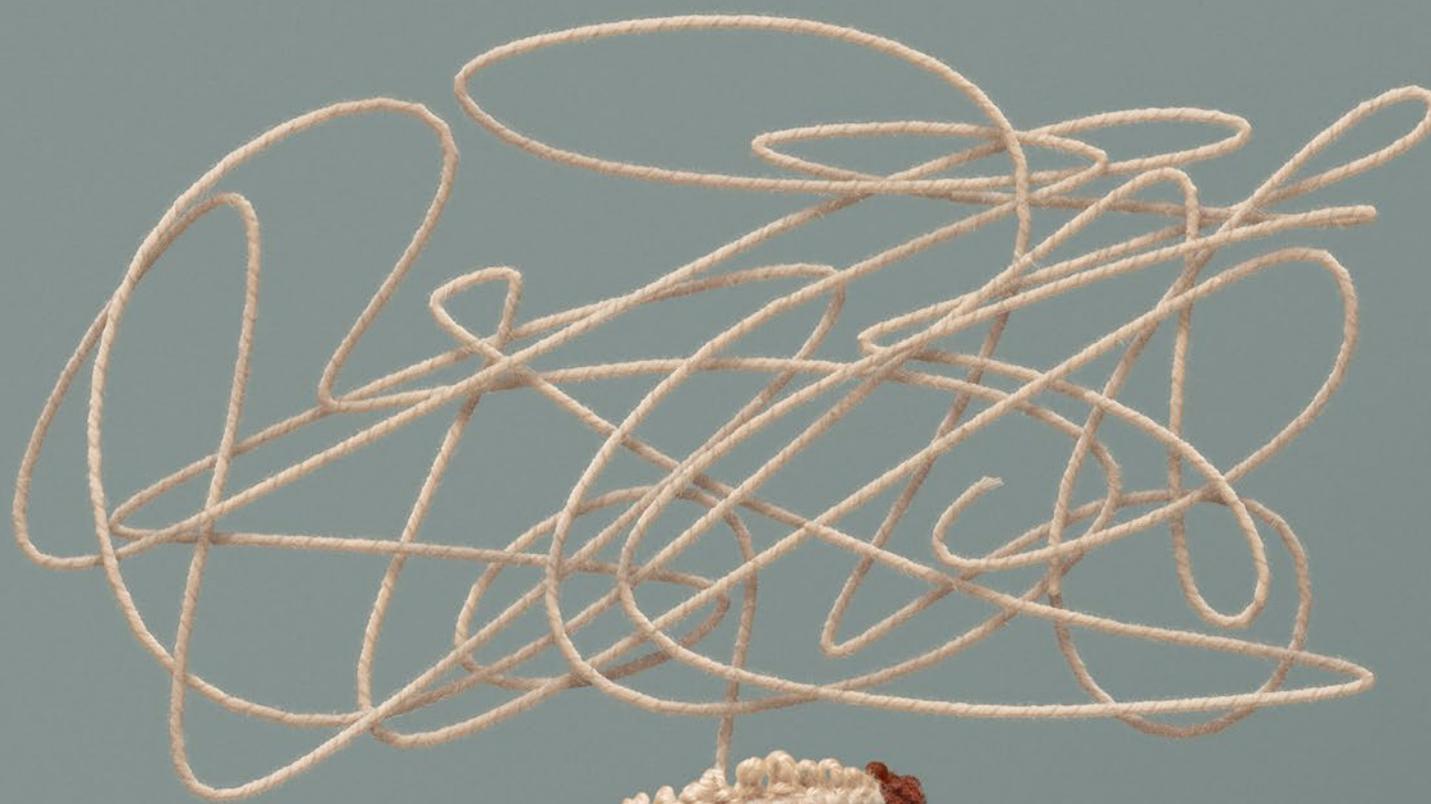
**BIENTÔT
70 BOUGIES
POUR L'ADA**
Éditorial de
Michel Dépatie
P. 4



**DEVENIR
MEMBRE?**
Qu'est-ce
que l'ADA?
P. 16



**RETOUR SUR
LE NACS SHOW**
NACS et tournée
de magasins
P. 21



Au travail, la santé psychologique ne devrait jamais tenir qu'à un fil.

Employeurs, travailleuses et travailleurs,
parlons-en et agissons ensemble pour prévenir les risques.

DC1300-1113B (2024-10)

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

Fanny Goulet
Gestionnaire, Développement
des affaires et mobilisation
Élodie Bourget
Agente des communications
Samuel Bouchard Villeneuve
Directeur, Affaires publiques

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président
Éric Courtemanche Baril
Vice-président

Bruno Desrochers
Trésorier
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 Bélaïr
Vice-présidente

Patrick Nadeau
Trésorier
Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Alain Bertrand
Charles Brunelle
Tony Fournier
Marie Soleil Fraser

Stephan Joyal
Patrick Nadeau
Patrick Simard
Julie Venne

SOMMAIRE

POINT DE VUE	4
SECTION MEMBRES FOURNISSEURS	6
PORTRAIT DE DÉTAILLANT	7
SUIVI DE DOSSIERS	
DOSSIERS POLITIQUES	
Projet de loi 72 et congé de TPS	8
Projet de loi 85 – Allègements réglementaires	9
Campagne électorale fédérale à venir	9
Frais d'interchange de cartes de crédit	9
Fond régions et ruralité	10
Prix du lait	10
Agences SAQ	10
Consigne	10
BALADO	11
CONSIGNE : LE COMPTE À REBOURS EST COMMENCÉ!	12
SOMMET DE LA PRÉVENTION	15
QUI PEUT DEVENIR MEMBRE?	16
PROGRAMME ATE+ BOUCHERIE	18
OUTIL SCAN!	20
NACS	21
TOURNÉE DE MAGASINS LAS VEGAS	22
LES GAGNANTS DU CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!	24
68^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA	28
SIAL	34
61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA	36
LES GESTIONNAIRES : UNE SOURCE DE LEADERSHIP INDÉNIABLE	38
AVIS DE NOMINATION	40
ACTUALITÉS DES TCBQ	42

POINT DE VUE

LES ÉPICIERS SE DONNENT UNE ASSOCIATION AUTONOME



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

Le titre ci-haut est repris intégralement d'un article paru dans le journal La feuille d'érable du 3 novembre 1955, il y a bientôt 70 ans. L'Association des détaillants en alimentation venait de voir le jour. En décembre dernier, j'ai eu l'occasion de participer à la grande fête qu'a organisée l'Union des producteurs agricoles pour souligner ses 100 ans en 2024. Une grande organisation avec une riche histoire au service des producteurs agricoles et les régions que nous occupons et nourrissons ensemble, on est fier de compter l'UPA parmi nos collaborateurs de plus longue date.

À l'ADA, on n'est donc pas trop loin derrière. Ça valait un peu de recherche, merci à notre PDG d'avoir commencé à éplucher nos archives et au-delà pour m'aider à boucler cet éditorial à teneur historique.

Les détaillants en alimentation du Québec en sont venus à créer leur organisation provinciale propre en 1955, mais d'autres organisations portaient la même mission à d'autres échelles bien avant. Il y a des ellipses dans les documents qui ont pu

être préservés, mais on peut retracer différentes organisations avant 1900. Elles regroupent des épiciers-bouchers à l'échelle municipale ou régionale ou la Section des vivres de l'Association des marchands détaillants, l'ancêtre direct qui cédera sa place et ses officiers à la naissante ADA.

Les préoccupations en 1955 la modernisation des épicerie-boucheries indépendantes, la formation des membres pour l'amélioration du service. On peut affirmer sans se tromper qu'ils avaient le bon diagnostic mes prédécesseurs tel qu'Arthur Mayrand, tout premier président de l'ADA. Si nous sommes encore là aujourd'hui, alors qu'on nous a donnés pour morts à différents cycles, c'est parce que les «épiciers-bouchers indépendants» ont su au fil des ans adopter les meilleures pratiques de leur époque.

Nos archives renferment une foule de petits trésors sur les préoccupations des détaillants à travers les années. Certaines sont surprenantes, mais en survolant le tout, on y retrouve aussi des thématiques

familiales comme la «fermeture à bonne heure» qui était un cheval de bataille des propriétaires dès 1947... comme quoi la qualité du service et celle de la vie du personnel sont au cœur de nos valeurs depuis longtemps!

Autre anecdote intrigante, à la fin de la Deuxième Guerre mondiale, les épiciers de Montréal proposaient au gouvernement de conserver une certaine forme de rationnement, notamment sur la viande pour «nourrir les peuples d'Europe qui meurent de faim». On compte utiliser ces archives pour vous donner un peu de perspective sur notre histoire au cours de l'année 2025.

Je profite aussi de l'occasion pour lancer un appel à tous. Si vous disposez de documents d'archives concernant l'ADA ou l'un ou l'autre des regroupements de marchands qui ont évolué aux quatre coins du Québec, on aimerait vraiment combler les trous de notre histoire commune.

Il est important de se souvenir de ces hommes et femmes qui ont bâti notre profession, qui ont mis la main à la pâte que ce soit au passé ou au présent.

Merci à tous de soutenir votre association.



Arthur Mayrand
Premier président de l'ADA.

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2024-2025 DE L'ADA

L'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est fière d'annoncer que monsieur Michel Dépatie, du Metro Plus Dépatie (Laval), a été réélu au titre de Président du conseil pour une quatrième année le 16 novembre dernier lors du 68^e congrès annuel de l'ADA au Château Frontenac à Québec. Complètent le comité exécutif : monsieur Éric Courtemanche, du Tradition Courtemanche-Baril (Québec), monsieur Bruno Desrochers, du Provigo Desrochers (Chertsey) et madame Annie Paquette, de Pasquier (Saint-Jean-sur-Richelieu et Delson).

COMITÉ EXÉCUTIF



Michel Dépatie
Président,
Laval



Éric Courtemanche Baril
Vice-président,
Capitale-Nationale



Bruno Desrochers
Trésorier,
Lanaudière



Annie Paquette,
Secrétaire,
Montréal

ADMINISTRATEURS



Christine Barcelo
Montréal



Yanic Drouin
Capitale-nationale



Suzanne Charland
Estrie



Marcel Clermont
Montérégie



Jean-Philippe Morissette
Mauricie et
Centre-du-Québec

PRENDRE UN PAS DE REcul POUR MIEUX AVANCER



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

On se plaint souvent que les politiciens ne sont pas à l'écoute de votre réalité sur le terrain, mais il faut aussi souligner les moments où ils acceptent de prendre un pas de recul pour mieux avancer. Ce n'était pas vraiment une surprise pour vous détaillants : l'échéance du 1er mars pour la dernière phase de la modernisation de la consigne était en train de devenir un suicide opérationnel à l'échelle du Québec.

Nous tenons donc à saluer la décision du ministre de l'Environnement Benoit Charrette de reporter l'introduction des contenants de boissons en verre et multicouches dans le système de consigne. La vague reste haute pour le reste, mais on espère pouvoir passer à travers. Comme à l'habitude, il y a eu quelques gérants d'estrade pour dénigrer ce report, ces derniers devraient sortir de leur nombril et commencer à se soucier de la qualité de l'expérience client et de l'efficacité du système. Ce système sera jugé sur les 25 prochaines années, pas juste sur les 12 premières heures!

Les dépôts dédiés de Consignation et kiosques prévus dans les stationnements de centaines de détaillants aux quatre coins de la province ne sortaient tout simplement pas de terre assez rapidement. Selon les dernières informations disponibles, il y en aura moins de 60 en opération au 1er mars. C'est beaucoup moins que ce qui avait été promis, et c'est aussi

et surtout beaucoup moins que ce qui est nécessaire pour répartir l'important volume de contenants attendus sur le reste du système temporaire d'ici le déploiement complet du réseau permanent. C'est chez vous ça!

On doit se relever les manches. Nos efforts dans les prochains mois iront à assurer une transition aussi fluide que possible, mais il ne faut pas se fermer les yeux, ce ne sera pas de tout repos. On attend toujours des détails sur la logistique de reprise et les mesures de mitigation pour éviter des débordements et autres enjeux d'entreposage. Il y a aussi les contenants de lait en plastique, qu'on ne croyait pas inclus dans cette phase. On va avoir besoin du soutien des Québécois pour éviter des enjeux d'odeurs et de vermine dans nos commerces alimentaires. On vous invite à utiliser l'affiche préparée à cet effet (insérée dans cette édition du RADAR). Elle a un côté ludique, en espérant qu'on puisse en rire un peu plutôt qu'en pleurer.

Espérons que l'échec du 1er mars sur le déploiement du réseau de la consigne modernisée servira de leçon. Il faut rapidement déployer tous les sites dédiés puisque, malgré l'apparence du contraire, les nouveaux délais fixés à mars 2027 ne laissent pas beaucoup de marge de manœuvre. Le plan de déploiement précédent de l'AQRCB menait les dernières ouvertures de

dépôts à l'automne 2026. Le ministre a été clair, il n'y aura plus d'autre report.

Un autre enjeu qui aurait besoin d'une petite réflexion : l'idée incompréhensible de modifier la stabilité des heures d'ouverture en abolissant la règle des quatre employés et de gruger dans les fériés. On commence à peine à sentir un début d'équilibre au niveau de notre main-d'œuvre, pourquoi changer quelque chose qui va bien? Nombreux sont les commerces qui ont privilégié une réduction de leurs heures d'ouverture pour favoriser un meilleur niveau de service dans les heures d'affluence. Nos employés en sont heureux.

Les responsables de la Loi sur les heures d'ouverture se sont toujours assurés de maintenir un équilibre entre les intérêts des grandes et des plus petites surfaces, mais il semble qu'actuellement, le pendule penche vers les géants. Peut-être sans s'en rendre compte, on est en train de cautionner une future guerre des heures d'ouverture, où évidemment, ce seront les PME d'ici qui perdront. C'est vrai que ce serait de l'allègement, mais pas dans le sens souhaité.

Encore une fois, un petit pas de recul, c'est parfois la meilleure façon d'avancer.



André Forget
Montréal, Laurentides,
Lanaudière, Montérégie



Sylvie Bouffard
Estrie



Mélissa Jasmin
Laurentides



Guillaume Laroche
Chaudière-Appalaches



Mario Lebrun
Montérégie et
Lanaudière



Louis-Pierre Sourdif
Montréal



Simon Veilleux
Bas-Saint-Laurent



Dominic Arseneault
Estrie

DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

SMF SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

BIENVENUE AUX NOUVEAUX MEMBRES DE LA SMF !



Les 15, 16 et 17 novembre derniers, nous avons eu notre congrès annuel ADA/SMF au Château Frontenac de Québec. Ce congrès fut un grand succès. Lors de notre assemblée annuelle, deux nouveaux membres SMF se sont joints au conseil d'administration soit : Marie-Soleil Fraser de Nutri ainsi que Stéphan Joyal de la Brasserie Sleeman. Bienvenue à vous deux. Avec le départ de David Plante-Riou, qui fut un membre important au sein de

la SMF, notre conseil d'administration a également élu Jessica Bélair à titre de vice-présidente ainsi que Patrick Nadeau à titre de trésorier. Christian Bérubé a accepté de continuer son rôle de secrétaire.

Je ne peux passer sous silence la nomination de Boulangerie St-Donat ainsi que sa présidente Marie-Eve St-Amour au sein du temple de la renommée 2024 de l'ADA. Boulangerie St-Donat a souligné ses 100 ans d'existence sur le marché québécois.

Ce congrès a permis à plusieurs membres de la SMF de reconnecter et d'établir de nouveaux liens avec les acteurs du milieu. Je vous rappelle que la mission de la SMF est de maximiser un réseautage efficace entre fournisseurs et détaillants. Encore une fois, ce fut une réussite.

Votre conseil d'administration se remet déjà au travail afin d'élaborer et de mettre en place des activités qui sauront répondre à vos besoins. Entre-temps, vous pouvez donner vos suggestions et commentaires en communiquant directement avec moi.

Bien à vous.

VOICI LA COMPOSITION DE LA SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF



Mario Laplante
Président, Aliments
Maple Leaf Inc.



Jessica Bélair
Vice-présidente,
Coca-cola



Patrick Nadeau
Trésorier,
McCormick



Christian Bérubé
Secrétaire, Groupe
St-Hubert détail

ADMINISTRATEURS



Natalie Ayotte
HED Courtier en
Assurance Inc.



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



Charles Brunelle
La Petite Bretonne



Tony Fournier
Agropur



Julie Venne
Nutri-Impact



Patrick Simard
Le Groupe Triani



Marie Soleil Fraser
Nutrigroupe



Stéphan Joyal
Les Brasseries Sleeman

PORTRAIT DE DÉTAILLANT



BOCAUX & CO : UNE HISTOIRE DE BESOIN PERSONNEL ET D'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Caroline Lachance, propriétaire de Bocaux & Co, n'a pas toujours rêvé de devenir entrepreneure. Pourtant, en mai 2021, en pleine pandémie, elle ouvre les portes de son épicerie zéro déchet à Sainte-Marthe-sur-le-Lac. Ce projet répond à un besoin personnel tout en offrant une solution pratique à la communauté locale. Son parcours témoigne d'un désir sincère de rendre le mode de vie écoresponsable accessible et attrayant pour tous un petit geste à la fois.

DE CONSOMMATRICE À ENTREPRENEURE

Avant de créer Bocaux & Co, Caroline fréquentait déjà des épicerie zéro déchet, mais devait parcourir de longues distances pour trouver les produits qu'elle recherchait. « Je voyais bien que je n'étais pas la seule à ressentir ce besoin », raconte-t-elle. C'est cet inconfort qui a fait naître l'idée d'ouvrir une boutique près de chez elle : « Pour que ces habitudes deviennent durables, il fallait que ce soit pratique et accessible. »

La pandémie de COVID-19 a été un catalyseur dans son parcours entrepreneurial. Après une carrière internationale en ressources humaines, Caroline ressent le besoin de se reconnecter à sa communauté et de s'investir localement. Malgré une certaine hésitation à se lancer en affaires, elle décide de faire le saut, soutenue par son conjoint et sa famille. Après plusieurs mois de préparation entamés en octobre 2020, Bocaux & Co ouvre ses portes en mai 2021.

CRITÈRES DE CHOIX DES PRODUITS ET IMPORTANCE DE L'ACCOMPAGNEMENT CLIENT

La collaboration avec des producteurs locaux des Laurentides est au cœur de la mission de Bocaux & Co. Le «Co» de son entreprise désigne en effet la collaboration; il souligne l'importance de travailler en équipe avec des partenaires qui partagent sa vision

écoresponsable. Caroline privilégie les producteurs qui ont des compétences et des connaissances spécifiques, ce qui enrichit l'offre de son épicerie. En travaillant avec des fermes locales, comme celle de La Roquette, elle crée un lien direct entre les consommateurs et les producteurs, favorisant des échanges authentiques et des discussions sur les réalités de l'agriculture. Cette approche renforce non seulement la communauté, mais permet également d'instaurer des pratiques durables.

Ainsi, son engagement envers les producteurs des Laurentides va au-delà de l'approvisionnement; il crée un réseau solide et innovant qui profite à tous, tout en réduisant l'empreinte écologique de sa boutique.

Caroline accorde une grande importance à la proximité et au contact direct avec ses clients. Pour elle, il est essentiel d'être présente sur place afin de guider les consommateurs dans l'utilisation des systèmes en vrac. De cette façon, elle voulait éviter que les clients se sentent intimidés et abandonnent la pratique. Ayant étudié des initiatives de vrac qui ont échoué, Caroline a compris que l'accompagnement des clients était souvent négligé. Pour cette raison, elle mise sur un personnel attentif, même si cela augmente les frais d'exploitation.

ADAPTATION AUX BESOINS DES CLIENTS

Pour Caroline, l'adoption du vrac doit être agréable et simple. Elle conseille aux clients de commencer par quelques produits essentiels comme le savon à lessive, qui offre une solution naturelle et compétitive. D'autres produits, comme le miel, le granola ou les épices, sont souvent moins chers en vrac. L'essentiel est de choisir des produits adaptés à ses besoins.

L'épicerie a su évoluer grâce aux commentaires de sa clientèle. Par exemple, le système de consigne initial pour les contenants n'a pas eu le succès escompté, car les clients oubliaient souvent de rapporter les bocaux. Bocaux & Co a donc commencé à accepter des contenants en verre déposés par la communauté, renforçant ainsi son approche circulaire. Parmi les produits phares, le fromage en grains, souvent acheté sur un coup de tête, a permis de limiter l'utilisation d'emballages jetables grâce à des contenants réutilisables sur place.

D'ailleurs le fameux fromage en grains de Lait Charbonneau et les chips artisanales d'Écorces du Diable, proposés en vrac, sont particulièrement populaires. « Certains clients appellent ces chips les chips à Max. Max est mon voisin et c'est lui qui a fait la promotion des dites croustilles auprès de ses amis, ce qui montrent à quel point ces produits sont appréciés », raconte Caroline. Ces petites attentions créent un lien fort entre le vrac et le plaisir gourmand, déconstruisant l'idée que l'alimentation sans emballage est forcément santé et plate.

LE FUTUR DU COMMERCE ZÉRO DÉCHET AU QUÉBEC

Malgré la fermeture d'une trentaine de commerces zéro déchet dans les dernières années, Caroline reste optimiste. Elle observe que ses clients préfèrent l'expérience en magasin aux achats en ligne, en raison des échanges enrichissants avec le personnel.

Également, Caroline souligne que les commerces de proximité comme le sien offrent un service personnalisé unique puisque la gestion du vrac demande une organisation et un espace que les grandes surfaces ont du mal à offrir.

À terme, Caroline envisage d'ouvrir d'autres boutiques lorsque les conditions économiques seront favorables. Elle veut continuer à offrir des solutions écoresponsables tout en soutenant les producteurs locaux. Bocaux & Co collabore déjà avec d'autres épiciers, comme La Station Vrac à Rosemère et Aux Petits Bocaux à Montréal, afin de réduire les coûts et l'empreinte écologique grâce à une logistique partagée.

Bocaux & Co incarne une approche innovante et humaine du commerce zéro déchet. Caroline Lachance prouve qu'il est possible de concilier écoresponsabilité et rentabilité, tout en créant un impact positif et durable dans sa communauté.

BOCAUX & CO | CAROLINE LACHANCE



POUR ÉCOUTER LE BALADO
SUR CAROLINE LACHANCE
PROPRIÉTAIRE DU BOCAUX & CO



SUIVIS DE DOSSIERS

DOSSIERS POLITIQUES

PROJET DE LOI 72 ET CONGÉ DE TPS ▼

Quand deux paliers de gouvernement font fi de la réalité opérationnelle des PME

Malheureusement pour les détaillants, nous nous souviendrons de l'automne 2024 comme une période où la réalité opérationnelle des détaillants a été peu considérée par le gouvernement fédéral et le gouvernement provincial.

D'une part, le ministre de la Justice, M. Simon Jolin-Barrette a adopté le projet de loi 72 - Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques commerciales abusives et offrant une meilleure transparence en matière de prix et de crédit. D'autre part, le premier ministre fédéral, le premier ministre Justin Trudeau a annoncé un congé de TPS du 14 décembre au 15 février sur la majorité des produits d'épicerie taxable. Malheureusement pour les marchands, cette dernière annonce est arrivée au même moment où les épiciers étaient à pied d'œuvre dans leur magasin à l'approche des fêtes. Bien que souhaitable pour les consommateurs, cette annonce a engendré une surcharge de travail importante pour les détaillants, dans un contexte où les employés étaient sollicités pour offrir un service à la clientèle inégalé aux clients.

Revenons brièvement sur les différentes mesures qui vous concernent dans le projet de loi 72. En effet, d'ici le 7 mai 2025, tous les détaillants en alimentation devront procéder aux ajustements suivants :

L'ADA a utilisé tous les leviers à sa disposition afin que les mesures du projet de loi considèrent votre réalité opérationnelle. Cela a notamment contribué à empêcher l'ajout de mesures sur la réduflation (comme l'identification en magasin des produits concernés) ainsi que le report de la mise en œuvre des mesures pour les détaillants 6 mois après l'adoption du projet de loi. Ainsi, vous devrez vous conformer aux dispositions d'ici le 7 mai 2025 plutôt que d'ici le 7 février 2025, soit une semaine avant la fin du congé de TPS qui demandera aux marchands un effort titanesque.

Chose certaine, mieux faire comprendre votre réalité d'affaires de PME sera un cheval de bataille important de nos représentations pour l'année 2025. La pérennité de certains commerces en dépend, notamment certains situés en région qui sont le dernier commerce du village empêchant l'arrivée d'un désert alimentaire. Ainsi, l'ADA continuera d'être votre porte-voix auprès de l'ensemble des instances concernées.

MESURES (AFFICHAGE)



CHOCOLAT XYZ
100 GR

2 pour 3 \$
2 \$ l'unité

2,00 \$ / 100 gr **TAXABLE**

Aliments taxables :
Ajout d'information à proximité du prix afin de préciser lorsque des taxes s'appliquent



JUS D'ORANGE XYZ
2 L

5 \$

2,50 \$ / litre

Unité de mesure :
Inscrire la même unité de mesure pour les aliments de même nature (ex. : prix/100ml pour toutes les boissons) et rendre plus lisible le prix au poids ou au volume



PÂTES XYZ
500 GR

2 \$ membre
3 \$ non-membre

0,60 \$ / 100 gr **NON TAXABLE**

Prix membre et achats multiples :
Limiter la grosseur des caractères des prix promotionnels offerts (grosseur du prix régulier à 75 % du prix promotionnel)



YOGOURT NATURE XYZ
800 GR

4\$ Solde
5\$ \$ Prix courant

0,50 \$ / 100 gr **NON TAXABLE**

Hausser de 10 \$ à 15 \$ le rabais prévu par la Politique d'exactitude des prix

* Veuillez noter qu'il s'agit d'images à titre indicatif, elles ne sont pas à l'échelle des changements du PL 72.



CAMPAGNE ÉLECTORALE FÉDÉRALE À VENIR ▼

Le 6 janvier dernier, le premier ministre a annoncé son intention de démissionner. Après près de 10 ans au pouvoir, les appuis à la formation politique de M. Trudeau se sont essouffés au cours des derniers mois. Concernant les détaillants en alimentation, l'improvisation sous-jacente au congé de TPS ainsi que l'exclusion de notre secteur dans l'entente visant la réduction des frais d'interchange de cartes de crédit n'ont rien pour redorer le bilan du gouvernement.

Chose certaine, toute élection, peu importe le pallier de gouvernement, est une opportunité pour les détaillants de mettre à l'avant-plan leurs préoccupations et l'ancrage territorial de leur entreprise. Employeurs importants de leurs communautés, les détaillants en alimentation sont des acteurs socioéconomiques engagés, qui contribuent à l'autonomie alimentaire et qui veillent grandement à la vitalité du territoire. L'épicerie, ou le dépanneur, est bien souvent le dernier commerce de la localité.

En ce sens, cette période charnière sera l'occasion de sensibiliser les futurs élus à votre réalité opérationnelle. Dès le déclenchement des élections, l'ADA proposera aux membres des outils afin d'aller à la rencontre des candidats des différentes formations politiques s'ils ne viennent pas directement à vous. La mobilisation de tous sera essentielle pour que vos enjeux soient considérés.

PROJET DE LOI 85 – ALLÈGEMENTS RÉGLEMENTAIRES ▼

Le 4 décembre dernier, le ministre délégué à l'Économie, M. Christopher Skeete, a déposé le projet de loi visant à modifier diverses dispositions aux fins d'allègement réglementaire et administratif des entreprises du Québec (PL 85).

CERTAINES MESURES TOUCHENT LES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION, DONT :

Modification aux heures d'ouverture : retrait de la majorité des restrictions relatives aux heures d'ouverture dont la limite de quatre employés dans un établissement d'alimentation à partir de 20h le samedi et dimanche et 21h du lundi au vendredi.

Abolition des frais supplémentaires relatifs au nombre d'unités de maintien chaud ou froid.

D'AUTRES MODIFICATIONS DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE TOUCHENT ÉGALEMENT NOTRE INDUSTRIE :

L'autorisation à un titulaire de permis de production artisanale de boissons alcooliques autorisées de sous-traiter la livraison à un autre titulaire de ce permis, sous certaines conditions.

Le retrait des timbres CSP pour les contenants de bière pour les microbrasseries dont le volume de ventes annuelles est égal ou inférieur à 15 millions de litres de bière. (pour vente en restaurant)

Le retrait de l'obligation pour les détenteurs d'un permis de préparation alimentaire lié à la vente en gros de détenir également le permis de vente au détail ou de restauration pour un même lieu.

Bien que nous saluons l'objectif du gouvernement de diminuer le fardeau administratif des entreprises, nous considérons que l'impact chez les détaillants en alimentation sera minime. Concrètement, les modifications proposées concernant les heures d'ouverture ne favoriseront pas la rétention de nos employés, dans un contexte de rareté de main-d'œuvre ou les détaillants visent à offrir les meilleures conditions de travail à leurs employés. L'ajout d'heures d'ouverture chez certains commerces, dans des heures jugées atypiques, pourrait engendrer des enjeux opérationnels. Bien qu'imparfaite, la réglementation actuelle répond davantage à la réalité des épiciers tout en répondant adéquatement aux tendances de consommation qui ont changé depuis la pandémie. Les heures d'ouverture généralement à la baisse la fin de semaine affectent nos ressources là où il y a de l'achalandage. On ne comprend tout simplement pas qui cette mesure peut bien aider?

Ensuite, malgré que l'effet soit minime, nous saluons l'abolition des frais supplémentaires relatifs au nombre d'unités de maintien chaud ou froid. Finalement, en sus de la modification relative aux détenteurs de permis de transformation pour fins de vente en gros, nous suggérons au gouvernement d'ajouter une disposition permettant aux détaillants et restaurateurs de vendre leurs produits entre établissements. Cela permettrait à un détaillant avec plusieurs commerces, ou à un restaurateur, de vendre ses produits dans un autre commerce, sans l'obtention d'un permis de ventes en gros. Cela favoriserait la mise en place de circuits courts et diminuerait le fardeau des détaillants, aux bienfaits des consommateurs et des entreprises concernées.

FRAIS D'INTERCHANGE DE CARTES DE CRÉDIT ▼

Un sujet abordé au Sénat américain

Au sud de la frontière, nos homologues de la National Grocers Association (NGA) et de la National Association of Convenience Stores (NACS) tentent également d'obtenir gain de cause afin que ces frais exorbitants diminuent. Aux États-Unis, Visa et Mastercard contrôlent 83 % du volume de transaction. L'automne dernier, NACS a participé à un comité du Sénat américain qui a étudié une proposition de législation visant à accroître la concurrence dans ce secteur d'activité. Lors des audiences, le sénateur républicain du Kansas Roger Marshall a dénoncé le fait qu'une famille américaine paie en moyenne 1100 \$ par année en frais d'interchange. Sinon, au cours des derniers mois, NGA a vivement supporté le Credit Card Competition Act, un projet de loi bipartisan qui permettrait d'accroître la concurrence entre émetteurs de cartes de crédit et de diminuer les frais payés par les épiceries indépendantes. La participation de leur PDG, M. Greg Ferrara dans notre dossier publié dans notre édition estivale illustre également que cet enjeu, et les solutions pour y répondre, transcendent nos frontières. Bien que les frais chargés aux entreprises américaines soient encore plus élevés que les frais déjà exorbitants payés par nos entreprises au Canada, cela démontre l'absurdité de cette situation et l'impact inhérent dans la structure de prix.

Le dossier des frais d'interchange de cartes de crédit continuera d'être priorisé par l'ADA en 2025. Il est inconcevable que des PME paient des frais aussi élevés aux institutions financières dans un contexte où les coûts d'opérations des détaillants ont drastiquement augmenté au cours des dernières années et que plusieurs facteurs ont contribué à augmenter la pression sur la chaîne d'approvisionnement (conflits géopolitiques, augmentation des intrants, grèves dans le secteur des transports, etc.), alimentant notamment la période inflationniste des dernières années.

Enjeu mal compris par certains, la campagne électorale fédérale qui est à nos portes sera l'occasion idéale pour les détaillants de présenter leur réalité et leurs enjeux, notamment celui des frais d'interchange.



CONSIGNE ▼

Le 28 novembre dernier, le ministre de l'Environnement, M. Benoit Charrette, a annoncé sa décision de reporter la majorité des nouvelles matières assujetties à la consigne de la modernisation de la consigne. Seules les bouteilles de plastique seront ajoutées aux contenants consignés à partir du 1er mars 2025. Quant aux contenants de verre (vins et spiritueux) ainsi que les cartons multicouches (lait), ils seront consignés à partir du 1er mars 2027. Il s'agit d'une très bonne nouvelle pour les détaillants qui ne pouvaient pas pallier les enjeux de l'AQRCB dans la mise en œuvre d'un réseau modernisé.

À COURT TERME, NOS EFFORTS SE CONCENTRENT SUR LA PROCHAINE PHASE PRÉVUE LE 1^{ER} MARS 2025. NOUS VEILLERONS PRINCIPALEMENT À :

Assurer une logistique de reprise des contenants conforme au volume

Veiller à la mise à jour du plan de déploiement

Assurer la poursuite du déploiement du réseau permanent

Collaborer à la mise en œuvre d'un plan de communication (B2C et B2B)

L'ADA n'a lésiné aucun effort au cours des derniers mois afin que votre réalité opérationnelle soit considérée dans cette modernisation et nous nous assurerons de poursuivre notre implication avec les différents partenaires. D'ici 2027, un déploiement complet du réseau de Consignation est à prévoir. Malgré le report, nous continuerons de faire de ce dossier une priorité afin que l'ajout des bouteilles de plastique au 1^{er} mars s'arrime adéquatement avec votre réalité opérationnelle et que le déploiement du réseau soit complet d'ici le 1^{er} mars 2027.

Via les médias, nous apprenions également le 22 février dernier que l'AQRCB a été contrainte d'arrêter le déploiement de lieux de retours gérés par Consignation en raison d'enjeux financiers. Il nous apparaît insensé qu'une telle situation puisse survenir dans un contexte où il s'agit d'un organisme de gestion désigné sous la responsabilité élargie des producteurs. Nous souhaitons que cet enjeu ait le moins d'impact possible sur les services rendus aux consommateurs.

FOND RÉGIONS ET RURALITÉ ▼

Volet commerces de proximité

L'automne dernier, la ministre des Affaires municipales, madame Andrée Laforest, a annoncé une enveloppe de 50 M\$ destinée à soutenir les commerces de proximité dans les municipalités de moins de 20 000 habitants. Cette aide vise à garantir aux citoyens de ces collectivités l'accès à des services essentiels comme les dépanneurs, les épiceries et les stations-service, contribuant ainsi à la vitalité des régions. Les sommes permettent de financer différents projets comme l'acquisition de matériel ou l'amélioration d'un bâtiment.

Plusieurs détaillants ont déposé une demande dans le cadre du premier appel de projets qui s'est conclu le 29 novembre dernier. **Pour ceux qui n'ont pas eu la chance d'y participer, un second appel de projets est prévu du 24 février au 11 avril 2025.**

Depuis plusieurs années, l'ADA milite pour des mesures adaptées aux réalités des détaillants dans les petites municipalités. Ce fond constitue une réponse concrète aux besoins exprimés par notre secteur. Cette première étape s'inscrit dans l'engagement gouvernemental global de 470 M\$ pour renforcer le réseau des commerces de proximité en région.

Nous poursuivrons nos représentations afin que davantage de sommes puissent être investies dès le prochain budget du gouvernement du Québec.

PRIX DU LAIT ▼

Chaque automne, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) consulte les parties prenantes concernées afin de fixer les prix minimums et maximums des produits de lait régulier. La séance publique s'est déroulée le mercredi 27 novembre dernier.

Pour répondre à la dernière décision de la Commission canadienne du lait qui prévoit une baisse du coût du lait à la ferme et selon la hausse du coût de leurs intrants, le Conseil des industriels laitiers du Québec et Agropur ont demandé à la Régie d'augmenter les prix du lait de 1,15 % en moyenne, selon le % de matière grasse et le format.

De notre côté, nous avons démontré à la Régie que les marges bénéficiaires des détaillants ont diminué au cours des dernières années malgré des hausses du prix du lait chaque année. Étant donné que l'écart entre les prix minimums et les prix maximums n'a pas changé depuis le 1er février 2023, les marges des détaillants diminuent chaque année. Naturellement, garantir des marges minimales est essentiel afin d'assurer la mise en marché de tous les produits de laits réguliers.

AINSI, DANS SON MÉMOIRE DÉPOSÉ ET PRÉSENTÉ À LA RÉGIE, L'ADA A FAIT DEUX PROPOSITIONS :

Augmenter l'écart de 0,17 \$ à 0,19 \$ entre les prix minimums et les prix maximums pour l'ensemble des formats.

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

La Régie a rendu sa décision le 6 décembre dernier. Elle a annoncé l'augmentation des prix du lait de 1,15% en moyenne, dès le 3 février 2025, et a refusé d'entériner la demande des détaillants. Cette proposition aurait permis de rattraper une partie des pertes des années passées et de maintenir les mêmes marges au fil des prochaines hausses de prix.

Malgré ce refus, nous continuerons à collaborer avec la Régie pour être en mesure d'inscrire dans le règlement sur le prix du lait un libellé qui garantit une protection des marges bénéficiaires des détaillants en maintenant le prix du lait accessible aux Québécois.

AGENCES SAQ ▼

Au cours de l'année 2024, le comité formé d'opérateurs d'agences SAQ a accueilli de nouveaux membres. Lors d'une des rencontres, l'un des participants a porté à notre attention l'enjeu du droit à l'image. Certaines informations disponibles sur le profil de son agence SAQ, sur plusieurs plateformes dont Google n'étaient pas conformes. Ainsi, une rencontre a eu lieu le 7 novembre dernier avec les représentants de la SAQ. Des pistes de solutions ont été mises de l'avant par la société d'État, notamment afin de s'assurer que la mise à jour des coordonnées de l'ensemble des agences soit effectuée et de permettre aux détaillants de contribuer à la gestion des commentaires.

D'autres rencontres sont prévues au courant de l'année 2025 afin de représenter la réalité d'affaires des détaillants qui desservent les communautés de partout au Québec



BALADO

ÉCOUTEZ NOTRE DERNIER ÉPISODE AVEC SANDRA PLOURDE DE QUAND JE VAIS AU MARCHÉ!

Nous avons eu le plaisir d'accueillir Sandra Plourde, la première gagnante de Masterchef Québec ! Connue pour sa créativité, ses présentations soignées et son utilisation des produits boréaux, Sandra nous plonge dans sa passion pour l'alimentation, qui occupe toutes les sphères de sa vie, tant personnelle que professionnelle.

Amoureuse du barbecue, de la chasse et de la pêche et du congélateur, elle partage avec nous son désir d'explorer la cuisine en ne faisant jamais la même recette et son expérience en tant que cliente d'épicerie.

Bonne écoute!

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)

CONSIGNE :

Le compte à rebours est commencé!

Bien que nécessaire afin d'assurer une transition optimale, nous n'avons pas prévu qu'une phase supplémentaire du déploiement de la modernisation soit ajoutée.

Malgré les défis que cela représente, nous avons rapidement orienté nos efforts vers l'efficacité opérationnelle des changements que vivrons les détaillants dès le 1^{er} mars. L'ajout de centaines de millions de bouteilles de plastique sera un défi pour le système, notamment pour certains contenants aux formats et contenu atypiques (les contenants de lait et de jus en plastique notamment).

Pour que l'opération soit un succès, la collaboration de l'ensemble des acteurs impliqués sera nécessaire. Les consommateurs n'y font pas exception. Une logistique de reprise efficace repose sur des équipements bien entretenus, grâce à des contenants bien rincés. Afin de favoriser l'harmonie dans le retour du flux de contenants supplémentaires, l'ADA a créé une affiche qui pourra être posée sur vos gobeuses en magasin rappelant les bonnes pratiques de salubrité des contenants



**POUR TÉLÉCHARGER L'AFFICHE,
SCANNEZ LE CODE QR**

INTERMARCHÉ BOYER

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant temporaire (en attente de l'ouverture du centre de dépôt Consignation à proximité)

VOLUME ACTUEL

2 845 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

3 271 750 contenants

DESCRIPTION

Commerce iconique du secteur, l'Intermarché Boyer se situe sur l'avenue du Mont-Royal. Son entrée exiguë lui permet seulement l'installation d'une gobeuse. Au moment d'écrire ces lignes, l'équipement était hors service en raison d'un bris mécanique. La reprise des contenants, beaucoup moins efficace, était la seule option envisageable.

DÉPLOIEMENT

Date de l'ouverture du dépôt
Consignation à venir



IGA LEBLANC BOUGIE

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant temporaire (en attente de l'ouverture du centre de dépôt Consignation à proximité)

VOLUME ACTUEL

1 800 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

2 070 000 contenants

DESCRIPTION

Détaillant situé dans un secteur en effervescence du Centre-Sud de Montréal, l'arrière-magasin de ce commerce ne suffit pas au volume de retour actuel.

DÉPLOIEMENT

Date de l'ouverture du dépôt
Consignation à venir



PROVIGO DESROCHERS

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant permanent

VOLUME ACTUEL

2 120 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

2 438 000 contenants

DESCRIPTION

Détaillant situé dans une zone récréotouristique avec un volume potentiel de retour très élevé. La reprise de contenants supplémentaires nécessitera davantage de collectes pour éviter que le conteneur d'entreposage soit saturé.

DÉPLOIEMENT

Date de l'installation et de mise en opération du kiosque fourni par Consignation à confirmer



* Le volume projeté considère un volume supplémentaire de contenants de 15% dès le 1^{er} mars 2025.

IGA COATICOOK

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant temporaire (en attente de l'ouverture du centre de dépôt Consignation à proximité)

VOLUME ACTUEL DU SECTEUR

3 550 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

4 083 000

DESCRIPTION

Trop souvent, l'espace dédié aux contenants dans l'arrière-magasin de ce détaillant dépasse sa capacité d'entreposage.

DÉPLOIEMENT

Ouverture du dépôt Consignation prévue dans le 2e trimestre de 2025



METRO FERLAND CENTRE-VILLE

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant permanent

VOLUME ACTUEL

1 834 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

2 109 100 contenants

DESCRIPTION

Le fort volume de contenants retournés actuellement ainsi que le peu d'espace disponible demande une logique opérationnelle complexe pour ce détaillant.

DÉPLOIEMENT

Date de l'ouverture du dépôt Consignation à venir



ALIMENTATION CAUSAP

STATUT AU 1^{ER} MARS 2025

Détaillant permanent

VOLUME ACTUEL

860 000 contenants

VOLUME PROJETÉ AU 1^{ER} MARS 2025*

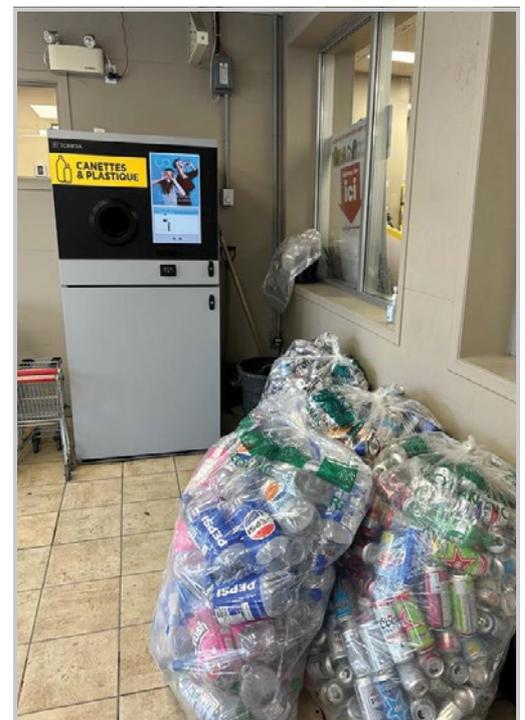
989 000 contenants

DESCRIPTION

Situé dans la MRC de La Matapédia, ce magasin est actuellement l'un des seuls lieux de retour des contenants du secteur.

DÉPLOIEMENT

Date de l'installation et de mise en opération du kiosque fourni par Consignation à confirmer



*Le volume projeté considère un volume supplémentaire de contenants de 15% dès le 1^{er} mars 2025.

deuxième édition!

sommet de la prévention

Ne manquez pas le deuxième Sommet de la prévention, qui se tiendra le 11 février 2025 au Centre de congrès de Saint-Hyacinthe. Cet événement d'envergure rassemblera des experts, des professionnels et des acteurs clés pour aborder les grands enjeux de prévention.

Thème de cette édition: Lois et règlements

Le sommet sera structuré autour de trois volets majeurs:

- 1 » *Droit du travail*
- 2 » *Vol interne*
- 3 » *Normes du travail*

En plus de conférences enrichissantes, cet événement offre une opportunité unique d'échanger avec des experts et d'accéder à des outils concrets pour renforcer vos pratiques professionnelles.

Ne manquez pas cette occasion de perfectionner vos connaissances en prévention!

Pour plus d'informations, contactez-nous par courriel au sarchambault@adaq.qc.ca.

L'ADA vous attend nombreux pour cette journée enrichissante!

Sommet de la prévention » Lois et règlements

11 février 2025 » de 10 h à 17 h

Centre de congrès de Saint-Hyacinthe »
1325, rue Daniel-Johnson Ouest

Tarifs » Membre 125\$ » Non-membre 175\$




Réservez votre place
dès maintenant!



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Espace Balado de l'ADA

Notre association vous présente différents types d'émission qui met de l'avant le secteur du détail alimentaire et ses partenaires.

Voici les émissions présentées :



Des **émissions spéciales** avec des experts de différents milieux vous seront également proposées.

Suivez-nous sur:   

Avantages CSMOCA

L'ADA a une entente avec le **CSMOCA** pour que ses membres aient accès gratuitement à toutes les formations en ligne.

On retrouve plus de 11 formations en ligne disponibles (Nous cartons, Microbrasseries, Commis 101, Limitez vos pertes, etc.)

Pour vous inscrire, rien de plus simple! Contactez communication@adaq.qc.ca. Il nous fera plaisir de vous donner un code promotionnel. Vous pourrez alors créer un profil complet sur le site internet du CSMOCA et faire bénéficier vos employés des formations à votre disposition.



UN ENJEU VOUS AFFECTE?

Que ce soit au niveau municipal, provincial ou fédéral, communiquez avec nous pour que nous puissions prendre connaissance du dossier et vous aider.

Qui peut devenir membre?

Peut devenir membre toute personne, société ou corporation dont l'activité principale est consacrée à la vente au détail d'aliments. Du commerce de proximité au supermarché, notre priorité est de répondre à vos préoccupations!

Pour plus d'information sur l'adhésion comme membre de l'ADA, vous pouvez écrire à l'adresse courriel suivante : fgoulet@adaq.qc.ca

Tarifs

Membres fournisseurs

COTISATION ANNUELLES

(selon le chiffre d'affaires)

0 à 5 M\$ – 600\$ + tx

5 M\$ et plus – 800\$ + tx

Membres détaillants

COTISATION ANNUELLE

Dépanneur – 124\$ + tx

Magasin spécialisé – 124\$ + tx

Épicerie (5 000 à 10 000 pi²) – 371\$ + tx

Épicerie (plus de 10 000 pi²) – 639\$ + tx

Pour plus d'informations ou pour s'inscrire :
scannez les codes QR



FORMULAIRE
DEVENIR
MEMBRE
FOURNISSEUR



FORMULAIRE
DEVENIR
MEMBRE
DÉTAILLANT



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Informers ses membres et valoriser les professions du détail alimentaire

L'ADA travaille à mettre en valeur ses membres dans le cadre de ses communications et ses divers projets. Conformément à notre mission, l'association s'engage à informer ses membres sur des nombreux sujets de l'industrie en plus de valoriser les professions du détail alimentaires.

VOICI QUELQUES OUTILS QUE NOUS PROPOSONS :

Portraits de détaillants	Infolettres	Revue de presse quotidienne
Réseaux sociaux	Magazine RADAR	Temple de la renommée
Conférences	Initiatives en magasins	Webinaires
Et autres		

On voit à vos intérêts

Notre association s'engage à représenter l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec devant les différentes instances gouvernementales. Nous travaillons à faire valoir la position des professionnels des commerces d'alimentation sur divers enjeux importants.



Modernisation du système de consigne

Projets pilotes

Des sites dédiés à la récupération

Main-d'œuvre

Projet de loi 72

Politique bioalimentaire

Suite du projet de loi 99

Frais d'interchange de cartes de crédit

Agences SAQ

Prix du lait

Élections fédérales
Campagne de mobilisation

Travailleurs étrangers temporaires

Fond régions et ruralité -
volet commerces de proximité



À mettre dans votre calendrier

sommet de la
prévention

SOMMETS DE LA PRÉVENTION

11 février 2025



Meilleur élève Boucherie de détail

JOURNÉE DE LA BOUCHERIE

2 avril 2025



SIAL TORONTO

29 avril au 1 mai 2025

60^e
TOURNOI
DE GOLF DE
L'ADA

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Elm Ridge Country Club / 26 mai 2025



CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER

4 au 24 août 2025



ÉVÈNEMENT DU GOLF DE L'ADA DE L'ESTRIE

Bromont / 27 août 2025



69^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

Hilton Québec / 21 au 23 novembre 2025

La 3^e édition du concours Meilleur élève en boucherie de détail : un événement à ne pas manquer!

Après le succès retentissant des deux premières éditions, l'ADA et ses partenaires sont fiers d'annoncer le retour du concours Meilleur élève en boucherie de détail. La troisième édition se déroulera le 2 avril prochain à Québec et promet d'être encore plus enrichissante et dynamique.

En plus de la compétition qui mettra à l'épreuve les habiletés techniques et le savoir-faire des participants, cette journée sera l'occasion de mettre à l'honneur le métier de boucher et de valoriser cette profession essentielle au sein de l'industrie alimentaire.

Cet événement souligne l'importance du programme ATE en boucherie de détail et offre une plateforme unique aux apprentis bouchers pour démontrer leurs compétences dans un environnement stimulant et compétitif.

Soyez au rendez-vous pour célébrer le talent et la passion des futurs bouchers ! Restez à l'affût pour plus de détails concernant cette journée!



Une solution à la pénurie de main-d'œuvre à Laval

Formation **Étalage et service à la clientèle** dans les commerces d'alimentation

Cette formation rémunérée prépare une clientèle immigrante en cours de francisation à intégrer rapidement votre équipe en développant des compétences clés :

- **Mettre en place et gérer des produits alimentaires.**
- **Offrir un service client professionnel.**

Formations soutenues par la Commission des partenaires du marché du travail en collaboration avec le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, dans le cadre du Programme de formation Commis Étalages et Services à la Clientèle.

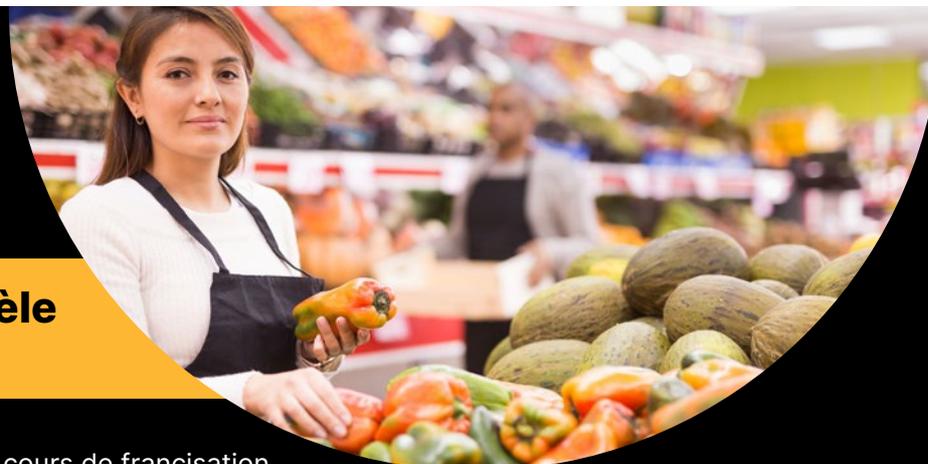
Vos avantages :

- Des employés qualifiés, motivés et prêts à travailler.
- Des employés formés sur les réalités de votre secteur.



Korpus.ca   

Pour en savoir plus



Un projet pilote ISP à Cowansville

Dans le cadre du projet pilote d'insertion socioprofessionnelle (ISP) pour les commis multirayons, une initiative unique en son genre est en train de voir le jour, ouvrant de nouvelles portes aux travailleurs migrants. En décembre dernier, des journées «élève d'un jour» dédiées à différents corps de métier du domaine de l'alimentation ont permis de plonger au cœur de cette approche immersive et éducative.

Une de ces journées était consacrée au métier de boucher et avait comme objectif de faire découvrir les facettes de la profession à 12 futurs étudiants, tous immigrants, dont la plupart maîtrisent encore peu le français. Leur motivation, cependant, était remarquable, et certains d'entre eux nourrissaient même une véritable passion pour le métier de boucher, rendant l'expérience d'autant plus enrichissante.

Le programme, qui débutera officiellement le 13 janvier 2025, vise à offrir une formation concrète et adaptée à ces nouveaux arrivants. Lors de cette journée, les participants ont eu l'opportunité d'explorer les réalités

du métier grâce à un documentaire immersif d'une durée de quatre minutes produit par le CSMOCA et visionné à l'aide d'un casque de réalité virtuelle. Ce contenu dynamique présentait non seulement les tâches quotidiennes d'un boucher, mais aussi les aptitudes nécessaires et les avantages de cette profession.

La théorie s'est rapidement transformée en pratique : les élèves ont pu mettre à l'épreuve leurs connaissances naissantes en réalisant leurs premières coupes sur des protéines, sous la supervision de monsieur Martin Campbell, professeur en boucherie de détail au Campus Brome-Missisquoi.

Afin de leur présenter les autres facettes de la formation, les étudiants ont également pu être commis fruits et légumes le temps d'une journée dans le IGA Daigneault à Cowansville où ils ont pu placer des produits en tablette et préparer des fruits pour le prêt-à-manger.

Ce fut une expérience marquée par le partage, l'entraide et une envie commune d'apprendre.



Découvrez l'outil

SCAN!

Simulateur calculateur amélioration nutritionnelle



UN OUTIL INNOVANT POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES ALIMENTS AU QUÉBEC

L'amélioration de la qualité nutritionnelle des aliments au Québec est désormais appuyée par un outil novateur, SCAN!, un simulateur-calculateur conçu par l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire de l'Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels (INAF) de l'Université Laval. Cet outil vise à soutenir une prise de décision éclairée par les transformateurs grâce au recours à des données fiables et objectives, personnalisées et en temps réel. SCAN! s'appuie sur les données collectées depuis 2016 par l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire.

UNE RÉPONSE DIRECTE AUX BESOINS DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE

L'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire a pour mission de mesurer et de suivre l'évolution de l'offre alimentaire afin de contribuer à l'effort collectif visant à améliorer sa qualité et son accessibilité. Il collecte des données précieuses sur 17 catégories de produits largement consommés par les Québécois, allant des collations aux repas préparés surgelés.

Au moyen de ses études sectorielles, l'Observatoire fournit un portrait global des tendances nutritionnelles par catégorie. Afin de pouvoir utiliser ces données dans leurs réflexions et leurs démarches d'amélioration nutritionnelle, les transformateurs ont exprimé un besoin de personnalisation de l'information. Ils souhaitent comprendre rapidement le positionnement de leurs produits par rapport aux normes du marché et à la compétition, et obtenir une information personnalisée sur les modifications qui leur permettraient de satisfaire les attentes des consommateurs.

C'est dans cette optique que SCAN! a été développé, offrant une solution pratique et personnalisée afin de répondre aux défis nutritionnels et réglementaires des transformateurs et des détaillants. SCAN! transforme les données de l'Observatoire en leviers d'action concrets pour chaque entreprise.

UNE APPROCHE CONCRÈTE ET PERSONNALISÉE

SCAN!, QUI EST ENTIÈREMENT GRATUIT, SE DISTINGUE PAR SON INTERFACE INTUITIVE ET SES FONCTIONNALITÉS CONÇUES POUR GUIDER LES ENTREPRISES À CHAQUE ÉTAPE DU PROCESSUS D'ANALYSE ET D'AMÉLIORATION DE LEURS PRODUITS. VOICI COMMENT FONCTIONNE SCAN! :

- 1 Définir d'abord la catégorie et la sous-catégorie d'aliments. Cette étape clé permet d'assurer que l'analyse est alignée avec les normes réglementaires de Santé Canada.
- 2 Saisir les données nutritionnelles. Les utilisateurs entrent les informations nutritionnelles provenant de l'étiquette actuelle ou en développement, incluant la portion.
- 3 Obtenir un diagnostic précis. SCAN! indique si le produit devra afficher le symbole nutritionnel de Santé Canada en façade d'emballage, et pour quelles raisons spécifiques (tels que des niveaux élevés de gras saturés, de sodium ou de sucres).
- 4 Explorer des scénarios d'amélioration. L'outil propose des ajustements réalistes pour optimiser les produits, comme la réduction des sucres, du sodium ou des gras saturés afin de répondre aux exigences nutritionnelles et commerciales.
- 5 Comparer les valeurs nutritives. L'outil propose de comparer la valeur nutritive du produit avec celle de la compétition.

DES FONCTIONNALITÉS AVANCÉES POUR GUIDER L'INNOVATION

SCAN! OFFRE UNE GAMME DE FONCTIONNALITÉS QUI EN FONT UN OUTIL DE RÉFÉRENCE POUR LES ENTREPRISES BIOALIMENTAIRES :

La visualisation comparative. Un graphique interactif permet de comparer les produits avec ceux des concurrents dans la même catégorie. Les utilisateurs peuvent ainsi visualiser les nutriments problématiques et identifier des modifications potentielles. Par exemple, un fabricant de barres granola peut découvrir qu'une réduction de 5 g de sucres par portion est nécessaire pour avoir une meilleure valeur nutritive que la moyenne du marché.

Le suivi des tendances. Les données de l'outil sont constamment mises à jour grâce à des collectes directes en magasin. Cela garantit une vue actuelle et précise de l'évolution des produits sur le marché.

La confidentialité garantie. Toutes les données saisies dans SCAN! sont anonymes et ne sont utilisées que par l'entreprise. Cela garantit une confidentialité totale des informations.

UN OUTIL ADAPTÉ AUX BESOINS DIVERSIFIÉS DE L'INDUSTRIE

SCAN! S'ADRESSE AUTANT AUX DÉTAILLANTS QU'ÀUX TRANSFORMATEURS, CHACUN Y TROUVANT DES AVANTAGES SPÉCIFIQUES :

Pour les transformateurs, l'outil aide à amorcer une démarche d'amélioration nutritionnelle tout en répondant aux réglementations. Il oriente également vers des laboratoires ou des experts pour accompagner la reformulation des produits.

Pour les détaillants, SCAN! permet une analyse approfondie des produits en magasin, notamment pour les marques maison. Les détaillants peuvent utiliser ces données afin d'adapter leur offre, en privilégiant les produits exempts de symboles nutritionnels ou en renforçant leur compétitivité face aux marques nationales.

DES AXES D'AMÉLIORATION ADAPTÉS AUX BESOINS DE CHAQUE PRODUIT

SCAN! PROPOSE TROIS TYPES D'AMÉLIORATIONS NUTRITIONNELLES, PERMETTANT UNE GRANDE FLEXIBILITÉ DANS LA STRATÉGIE ADOPTÉE :

L'amélioration réglementaire vise à éviter l'affichage du symbole nutritionnel. Par exemple, une barre granola peut nécessiter une réduction précise des sucres, du sodium et des gras saturés pour répondre aux critères de Santé Canada.

L'amélioration stratégique permet de surpasser la moyenne nutritionnelle des concurrents dans une catégorie donnée, offrant un avantage compétitif clair.

L'amélioration minimale consiste en des ajustements progressifs, comme une réduction de 10 % des sucres, du sodium ou des gras saturés, pour améliorer la qualité nutritionnelle sans altérer le goût.

UN OUTIL POUR TRANSFORMER L'OFFRE ALIMENTAIRE AU QUÉBEC

Avec SCAN!, l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire de l'INAF démontre l'impact positif de la collaboration entre la recherche scientifique et l'industrie. En offrant un outil gratuit, pratique et basé sur des données solides, SCAN! simplifie les démarches d'innovation et d'amélioration nutritionnelle pour les entreprises québécoises.

Alors que les attentes des consommateurs pour des aliments plus sains continuent de croître, SCAN! devient un atout incontournable pour les membres de l'industrie bioalimentaire. Qu'il s'agisse de répondre aux exigences réglementaires, de s'adapter aux tendances ou de renforcer la compétitivité, cet outil incarne une nouvelle manière de concevoir les produits alimentaires.

L'INAF, reconnu comme le plus grand regroupement de chercheurs au Canada dédié à l'étude des liens entre alimentation, santé et prévention des maladies chroniques, s'inscrit une fois de plus dans une dynamique de collaboration entre la recherche et l'industrie.

Les travaux de l'Observatoire sont appuyés par le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. Le développement de SCAN! a quant à lui été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.



**POUR
CONSULTER
L'OUTIL
SCAN!**

NACS

L'événement où plus de **20000 personnes** de l'industrie du dépanneur se rassemblent



UNE EXPÉRIENCE ENRICHISSANTE POUR DÉCOUVRIR LES TENDANCES ET INNOVATIONS DE L'INDUSTRIE.

Le secteur agroalimentaire regorge d'événements tout aussi pertinents les uns que les autres. Alors qu'il peut être ardu de sélectionner ceux auxquels nous souhaitons participer, certains se démarquent selon le profil du participant et la qualité du contenu. C'est ainsi que l'ADA a eu la chance de participer au NACS show 2024, un incontournable pour l'ensemble des parties prenantes de l'industrie des dépanneurs, qui s'est tenu du 8 au 10 octobre derniers à Las Vegas.

La dernière édition de cet événement phare de l'industrie du dépanneur a attiré 23 500 acteurs de l'industrie provenant des quatre coins du monde dont principalement des fournisseurs de produits et services, des grossistes ainsi que des détaillants. Notre première expérience comme participant témoigne de la qualité de l'organisation avec plus de 1 200 exposants répartis sur la superficie de 430 000 pieds carrés. Certes, bien que tous les fournisseurs ne soient pas en mesure d'exporter leurs produits au Québec, il s'agit d'une occasion en or pour un détaillant ou un fournisseur souhaitant innover et s'inspirer de nouvelles pratiques.

Afin de s'y retrouver plus aisément, l'événement est divisé en cinq catégories : opérations, services alimentaires, équipements et services pour stations-service, marchandises en magasin et technologie. Une section est également réservée pour que les participants puissent obtenir un aperçu des nouveaux produits et des innovations. En complément, des conférences présentées par des acteurs de l'industrie sont prévues chaque jour de l'événement. La prochaine édition se tiendra du 15 au 17 octobre 2025 à Chicago.



Short Line Express Market



3

1

2

Green Valley Grocery Store



Terrible's



4

Rebel Convenience Stores



TOURNÉE DE MAGASINS

LAS VEGAS



Fidèles à nos habitudes, nous avons profité de notre présence au NACS show à Las Vegas en octobre dernier pour visiter des commerces inspirants de l'agglomération. Une recherche exhaustive des détaillants locaux illustre que la concurrence est omniprésente dans ce secteur. Cette offre diversifiée amène les détaillants à innover en offrant une diversité de produits, un service à la clientèle incomparable ainsi qu'un éventail d'appareils de loterie vidéo qui font honneur à la ville du jeu. Bien que certaines similitudes soient apparentes avec nos commerces, les particularités des magasins de cette région pourront sans doute en inspirer plusieurs.

D'ailleurs, la majorité des établissements visités étaient ouverts 24 h par jour. Nos discussions avec les marchands concernant la main-d'œuvre témoignent de difficultés de recrutement et de rétention du personnel, mais il semblerait que la problématique soit moins exacerbée de ce côté de la frontière. Comme vous allez pouvoir le constater, notre passage dans le Nevada nous a permis de faire des visites enrichissantes et de rencontrer des marchands locaux inspirants, fiers de leur entreprise et du service offert à leur fidèle clientèle.

Voici une liste de commerces qui selon nous valaient le détour. Vous remarquerez que nous avons exclu la chaîne nationale que vous pouvez voir ailleurs aux États-Unis.

1

Green Valley Grocery Store

(10480 S Las Vegas Blvd, Las Vegas, NV 89183, États-Unis)



Fondée en 1978 par Rick Crawford, un Nevadain d'adoption originaire de Winnipeg, la chaîne de Las Vegas compte aujourd'hui 81 magasins et emploie plus de 800 personnes. Depuis ses débuts, monsieur Crawford et sa famille sont restés fidèles à leur promesse d'offrir un service rapide et amical à leurs clients, sans jamais oublier la population du sud du Nevada. Effectivement, Green Valley Grocery est fier de soutenir une dizaine d'organisations venant en aide à leur communauté.

On remarque rapidement que chaque commerce est exploité avec le même souci du détail et offre un service à la clientèle chaleureux. Ce qui démarque Green Valley Grocery : une sélection intéressante de mets préparés accompagnée de viennoiseries, de différentes boissons, d'une variété de vins impressionnante pour la superficie du commerce ainsi qu'une présentation soignée.

Rien n'arrête monsieur Crawford dans l'expansion de son entreprise. Au moment de notre visite, cinq autres magasins étaient en construction. Si ce rythme se maintient, nous pourrions visiter la 100^e succursale lors de notre prochaine visite à Las Vegas!

2

Terrible's

(47 E Cactus Ave, Las Vegas, NV 89183, États-Unis)



Terrible's est une chaîne de stations-service fondée en 1959 dont le siège social est situé au Nevada. L'entreprise opère 176 dépanneurs situés au Nevada, en Californie, en Utah et en Arizona. Elle emploie plus de 2100 employés. Ils opèrent notamment la plus grosse station-service de Chevron, située dans une halte routière du Nevada et disposant de 96 pompes.

Nous avons eu la chance de visiter quelques commerces de cette chaîne dans l'agglomération de Las Vegas. Combinaison inusitée, la succursale visitée en périphérie de Las Vegas abritait un casino, une chaîne de restauration rapide ainsi qu'un dépanneur offrant une variété de produits, dont une sélection intéressante de produits frais (repas pour emporter, fromages, et même des fruits et légumes). Quant au second commerce visité, ouvert récemment, des étalages bien garnis de produits ainsi que plusieurs réfrigérateurs dont le beer cave ont retenu notre attention. Une sélection de repas sur le pouce ainsi qu'un petit comptoir de viennoiseries étaient également disponibles.

Le magasin comptait facilement une trentaine de moniteurs afin d'attirer l'attention du consommateur. Le design industriel et moderne se mariait parfaitement avec les couleurs rouge et bleu de l'image de marque de la chaîne. Bref, ce commerce vaut certainement le détour pour vivre une expérience sensorielle et constater l'effet d'une mise en marché reflétant l'image de marque forte d'une entreprise.

3

Short Line Express Market

(7730 S Jones Blvd, Las Vegas, NV 89139, États-Unis)



Short Line Express Market est une chaîne locale de Las Vegas qui exploite 17 magasins dans la région dont le premier a ouvert ses portes il y a plus de 30 ans. Leurs magasins offrent l'ensemble des commodités que l'on retrouve dans les stations-service de Las Vegas, notamment des machines de loterie vidéo, mais se distinguent par l'offre disponible. Chaque pied carré est optimisé pour répondre aux besoins des clients. Le propriétaire des magasins, Duane Shields, met de l'avant des produits d'exception, dont l'icône crème glacée Thrifty, disponible dans la majorité de leurs magasins, ainsi que la gamme de poulet frit Krispy Krunchy, fraîchement préparé dans certaines succursales, dont celle que nous avons visitée. Plusieurs consommateurs profitent de leur visite au magasin, ou font même un détour pour s'offrir ces produits. Cela illustre les ventes potentielles que ce type de produit peut offrir. Pourquoi ne pas se laisser tenter? Pour notre part, nous n'avons pas été déçus! Naturellement, la superficie de ces commerces demande une coordination exemplaire pour offrir une mise en marché inégalée de ces services.

Lors de notre visite, monsieur Shields a invité sa directrice de magasin à se joindre à nous. Cette employée avec 15 ans de service illustre l'importance de s'entourer de collaborateurs qui partagent nos valeurs. Elle nous mentionnait faire partie d'une grande famille de 200 employés pour l'ensemble des succursales. Comme quoi, dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, la marque employeur est primordiale.

4

Rebel Convenience Stores

(650 US-95, Searchlight, NV 89046, États-Unis)



Rebel Convenience Stores a été fondé à Las Vegas en 2012 et compte désormais près de 200 magasins. La chaîne définit ses magasins comme étant des one stop shop. Bien que ce ne soit pas l'expérience que nous ayons vécue dans la succursale visitée, cette visite de magasin en décors de Las Vegas nous a permis de vivre une expérience digne de l'ouest des États-Unis. La façade extérieure, complètement en bois, incarne les films westerns d'époque et attire la curiosité! Oui vous avez bien vu, étrange pour nous, mais dans la capitale du vice un salon de jeu de qualité semble être un élément de différenciation notoire. Celui-ci était plus impressionnant que d'autres.

GAGNANTS 2024

Entre le 5 et le 25 août dernier, à l'occasion de la 9^e édition du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*, de nombreux commerces de la province ont participé à des partenariats créatifs, novateurs et ambitieux entre détaillants et fournisseurs qui mettaient en avant les produits vérifiés par Aliments du Québec. Ces collaborations ont non seulement dynamisé les ventes de ces produits, mais ont également souligné l'importance de privilégier les produits locaux pour soutenir les entreprises de la province.

Cette année, les duos ont particulièrement réussi à diversifier leurs stratégies de mise en marché, rendant leurs offres attractives et dynamiques. De nombreux détaillants ont également profité de l'occasion pour établir des liens entre les producteurs locaux et leurs clients, permettant ainsi des échanges enrichissants sur l'origine des produits et leur fabrication.

Un jury a sélectionné trois projets remarquables dans les catégories suivantes: commerce de proximité, grande surface et produit régional. Les lauréats ont été annoncés lors du 68^e congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA), où le public a également pu se remémorer les gagnants du vote du public, qui ont été dévoilés sur les réseaux sociaux de l'ADA en août dernier.



CONCOURS

LES ALIMENTS
DU QUÉBEC
dans mon panier!



Enfin, il est important de reconnaître que de nombreuses entreprises ont rencontré des défis majeurs ces dernières années. L'ADA a voulu saluer la résilience de certaines d'entre elles. La Coop Alina a démontré que cette résilience ne se mesure pas seulement par des succès financiers, mais aussi par la capacité de ses membres et partenaires à avancer malgré les difficultés.

Jimmy Mondor, propriétaire du IGA de Berthierville, a vu son magasin dévasté par une inondation en août dernier, entraînant des pertes de 10 millions de dollars. Malgré les efforts de son équipe pour sauver l'établissement, il a dû faire face à une perte totale. Jimmy n'a pourtant jamais abandonné. Avec l'aide de Sobeys, il a rapidement lancé la reconstruction et assuré le salaire de ses 105 employés pendant six mois. Merci, Jimmy, pour ton courage et ton optimisme. Ton parcours inspire l'ensemble de notre industrie.



Aliments de bonne qualité nutritive

Cette année, l'ADA, en collaboration avec le CTAQ, a tenu à souligner les produits comportant des aliments nutritifs grâce à une mention spéciale. Pour obtenir cette distinction, un produit doit contenir moins de 15% de la valeur quotidienne en sucre, sodium et gras saturés, tout en ayant au moins 8% de la valeur quotidienne en fibres. Les partenariats ayant relevé ce défi incluent la **Famille Jasmin Saint-Sauveur avec le mélange randonnée de Tootsi Impex** et **La Récolte en vrac avec Acrament'Bon**.



Commerce de proximité



1^{re} position La Moisson avec Maison LeGrand

La collaboration entre La Moisson et Maison LeGrand pour lancer la nouvelle sauce Mac 'N Cheeze a été un succès retentissant, ce qui leur a fait mériter la première place dans leur catégorie. Grâce à une réduction de 50 %, un réfrigérateur attiré avec un habillage original et trois dégustations en magasin, le produit a captivé l'attention des clients. Les employés, habillés aux couleurs de la marque, et des concours incitatifs, dont un panier de réconfort à gagner, ont renforcé l'engagement.

Mis en avant dans la circulaire et accompagné de recettes en ligne, le produit a connu un fort engouement, avec certains clients repartant avec plusieurs pochettes. Encouragé par ce succès, le duo prévoit d'étendre cette formule à d'autres bannières.



2^e position Bocaux & Co. avec Intermiel

Bocaux & Co. et Intermiel ont adopté une stratégie créative pour maximiser leur impact pendant le concours. Ils ont créé un kiosque coloré à l'entrée de la boutique, inspiré des stands de limonade avec fanions, citrons frais et pailles en silicone dans des bocaux zéro déchet. Le kiosque a aussi été déployé au Marché public de Saint-Eustache et à l'extérieur de la boutique lors des week-ends ensoleillés.

En magasin, affiches, collants au sol et t-shirts personnalisés ont renforcé la visibilité, tandis que des dégustations quotidiennes étaient offertes pendant trois semaines. Sur Facebook et Instagram, la campagne incluait des microvidéos, des brèves et des publications commanditées en plus d'un concours de coloriage avec tirage de prix.



3^e position Chez Clémentine avec Alimentation Roli

Chez Clémentine a profité du concours pour lancer officiellement le nouveau produit d'Alimentation Roli, les P'tits Pains, disponible pour la première fois à la vente. Le produit a été placé au rayon surgelé, accompagné d'une bannière du concours pour informer les consommateurs.

Un kiosque avec des affiches et des sachets a été installé en magasin, tandis que neuf dégustations ont été organisées à l'extérieur pour attirer clients et passants. La promotion a également eu lieu sur Instagram et Facebook avec des publications et des brèves régulières, utilisant des mentions pour encourager le partage.



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





Grande surface

1^{re} position Metro Plus Dépatie avec Les thés FloralTea

La collaboration entre le Metro Plus Dépatie et Les thés FloralTea a été couronnée de succès grâce à une exécution en magasin bien pensée. Un espace attiré à l'entrée du magasin a été aménagé, comprenant un présentoir de vente sous chapiteau avec une banderole d'Aliments du Québec et une bannière verticale mettant en avant la tisane Mauve des bois, produit vedette du concours.

Huit sessions de dégustation ont été organisées durant les périodes de pointe, accompagnées de la vente des produits et d'une assistance pour encourager les clients à voter pour le concours. En parallèle, Les thés FloralTea a proposé une promotion locale en offrant un coffret gratuit aux clients pour tout achat de cinq tisanes, d'une valeur de 5\$. Le présentoir était toujours bien garni et bien placé afin de maintenir son attrait et d'assurer la disponibilité des produits.

2^e position Pasquier avec La Petite Bretonne

Pasquier et La Petite Bretonne ont mis en avant la Mini Choco sous le thème du feu de camp, la présentant comme un incontournable à déguster seule ou garnie de guimauve, à la manière des « S'mores ». Un étalage spectaculaire a été installé devant le magasin, avec une section attirée dans la boulangerie évoquant l'ambiance estivale et le concours. Des présentoirs aux caisses ont aussi été ajoutés pour stimuler les achats impulsifs.

Parmi les initiatives, des publicités sur les poignées d'épicerie incitaient les clients à voter, tandis que trois jours de dégustations à vélo ont été organisés. Un concours a permis à cinq gagnants de remporter un an de Mini Choco. Des publications sur les médias sociaux et une campagne avec des influenceurs ont promu le produit du Québec. Des visuels en magasin et une page explicative sur le site de Pasquier ont complété les efforts.



3^e position Famille Jasmin Saint-Sauveur avec Yupik

Le partenariat entre la Famille Jasmin Saint-Sauveur et Yupik a été inspiré par l'ancien poste de monsieur Jasmin en tant que distributeur de produits en vrac et de noix. Le concept met en avant le mélange parfait pour les randonnées à vélo. Un étalage imposant de noix a été installé dans le portique, agrémenté d'un vélo de livraison aux couleurs de Yupik, avec un prix attractif de deux pour 10\$.

Des dégustations ont été organisées, et le personnel a été encouragé à promouvoir ce produit. Des sacs réutilisables étaient offerts avec l'achat du mélange, et des étiquettes « produit du Québec » ont été apposées sur chaque article. Des publications régulières sur Facebook ont également contribué à la promotion. Lors d'une dégustation de bière en extérieur, le vélo a été mis à l'honneur, permettant de faire déguster les noix tout en savourant la bière.



Produit régional

1^{re} position Metro Plus Fournier avec Le Temps d'une Pinte

La collaboration de Metro Plus Fournier avec Le Temps d'une Pinte a été marquée par un kiosque de dégustation décoré de barils de bière et d'une tente afin de faire briller la Bosco. Un tombeau réfrigéré mettait en avant le produit vedette avec des accords mets-bière, tandis qu'une nouvelle thématique culinaire était proposée chaque week-end.

Des tentes et des affiches étaient installées à l'entrée, avec une équipe attirée pour engager les clients. Des produits Aliments du Québec, comme les saucissons de Lignée RR2 et le macaroni au fromage OKA, étaient également servis avec la bière.

Pour promouvoir le concours, des publications sur les réseaux sociaux et des affiches étaient diffusées dans le magasin. Les employés portaient des t-shirts aux couleurs du Temps d'une Pinte, visant à susciter l'enthousiasme et le soutien de la communauté.

2^e position Boucherie Face de Bœuf avec Fromagerie Saint-Benoît-du-Lac

La Boucherie Face de Bœuf et la Fromagerie Saint-Benoît-du-Lac ont permis une belle promotion de la gamme de fromages de l'abbaye. Une chronique radio sur les ondes de Cogeco a été diffusée pour promouvoir le concours, accompagnée de mentions dans l'infolettre et sur les réseaux sociaux.

Un montage attrayant a été installé dans le réfrigérateur et le magasin pour inciter les clients à participer. De plus, deux séances de dégustation ont été organisées, offrant aux clients une expérience immersive autour des produits locaux.

3^e position Metro Black Lake avec Pâtisserie St-Noël

Le Metro Black Lake et la Pâtisserie St-Noël ont fait la promotion de produits de la pâtisserie comme le pâté à la viande (Matante terroir) avec un tombeau réfrigéré et une belle exécution publicitaire. Les clients bénéficiaient de 2\$ de rabais sur chaque achat de pâté. Des dégustations étaient également organisées en magasin, avec la participation du propriétaire de la Pâtisserie St-Noël, offrant ainsi une expérience engageante aux clients.



Vote du public

1^{re} position IGA Extra Rodrigue & Filles avec La Noix d'Érable

2^e position Marché St-Pierre avec C'est Belge

3^e position Bocaux & Co. avec Intermiel



68^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA



MERCI À NOS
PARTENAIRES

 **Provigo**[®]

 **Sobey's**^{inc.}

 **metro**

 **Loto
Québec**

 **arneg**[®]
CANADA



RETOUR SUR LE 68^e CONGRÈS DE L'ADA

Le 68^e congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec a réuni les membres et partenaires du secteur pour faire le point sur l'année écoulée. Organisé du 15 au 17 novembre au prestigieux Fairmont Château Frontenac à Québec, cet événement a rassemblé plus de 300 participants autour de discussions sur les enjeux actuels de l'industrie agroalimentaire et a favorisé des échanges enrichissants entre pairs. L'ADA avait conçu un programme varié et captivant, combinant conférences inspirantes, panels d'experts et moments de convivialité.

Les deux soirées phares ont une fois de plus marqué le congrès : la remise des prix du concours Les Aliments du Québec dans mon panier! et la célébration des intronisés au Temple de la renommée.



REVIVEZ AVEC NOUS LES MOMENTS FORTS DE CETTE 68^e ÉDITION MÉMORABLE.



Panel sur l'intelligence artificielle

Un panel d'experts s'est penché sur l'impact grandissant de l'intelligence artificielle dans le secteur de la distribution alimentaire. Avec des interventions inspirantes, Jonathan Ménard (Machinex), Guillaume Petitclerc (MoovAI) et Mathieu Brassard (Karbure) ont exploré comment l'IA transforme déjà les pratiques en magasin, ouvrant la voie à des améliorations significatives en matière d'efficacité, d'expérience client et de rentabilité.

Ce panel a mis en lumière les opportunités offertes par l'IA pour relever les défis actuels et se préparer aux attentes futures des consommateurs. Les échanges ont permis de mieux comprendre comment ces technologies, loin d'être un simple outil, deviennent un allié stratégique pour l'innovation dans le commerce de détail.



Leader Inspiré/Inspirant par d'Isabelle Fontaine

Isabelle Fontaine, passionnée par la psychologie du courage, de la performance et de l'influence, a offert une conférence inspirante axée sur les découvertes récentes en neurosciences et en neurobiologie des émotions. À travers des outils concrets et des stratégies efficaces, elle a encouragé les participants à exploiter des ressources personnelles souvent méconnues ou sous-estimées tout en captant leur attention avec son approche dynamique et pratique.



De la tradition à l'innovation : les bières avec et sans alcool

Philippe Roy, directeur général de l'Association des brasseurs du Québec, et Sylvain Bouchard, un renommé sommelier de bières, ont captivé les participants avec une conférence sur l'évolution de l'industrie brassicole. Explorant les tendances actuelles, ces experts ont mis en lumière la montée en popularité des bières sans alcool, un segment en pleine croissance qui bouscule les traditions.

Les participants ont également eu la chance de participer à une dégustation à l'aveugle, une expérience surprenante qui a permis de démystifier les bières sans alcool et de démontrer leur qualité et leur raffinement pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.



Panel sur le Code de conduite au Canada

Un panel a été consacré au Code de conduite du Canada, une initiative mise en place après plus de trois ans de négociations. Ce Code, désormais adopté par les principaux détaillants, vise à promouvoir des relations plus équitables et transparentes entre fournisseurs et détaillants du secteur des produits d'épicerie.

Animé par des experts de l'industrie, le panel a permis de mieux comprendre l'impact de cette initiative. Gary Sands, de la Fédération canadienne des épiciers indépendants, Sylvie Cloutier, PDG du CTAQ, et Patrice Léger Bourgoin, directeur général de l'Association des producteurs maraîchers du Québec, ont partagé leurs points de vue et analysé les implications du Code pour l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.



Soirée de remise de prix du Concours Les Aliments du Québec dans mon panier

Le cocktail d'ouverture a offert aux participants et à leurs invités une belle occasion d'échanger avec leurs pairs et partenaires. Par la suite, tous ont été conviés à rejoindre la salle de réception pour assister à l'événement inaugural, marqué par le dévoilement des lauréats du concours Les Aliments du Québec dans mon panier. Les convives ont particulièrement apprécié un des moments forts de la soirée du vendredi avec l'annonce des gagnants.

Pour la première fois, l'animation a été confiée à Josée Bournival, qui a insufflé une ambiance festive et grandiose à l'événement. Les vidéos récapitulatives des projets, accompagnées d'entrevues entre chaque catégorie, ont permis au public de mieux connaître les initiatives des finalistes, enrichissant ainsi l'expérience de la soirée.



Déjeuner et AGA



Les enjeux politiques

Samuel Bouchard Villeneuve, directeur des Affaires publiques de l'ADA, a fait le point sur les principaux enjeux politiques qui ont marqué l'industrie au cours de la dernière année. Parmi les sujets ayant mobilisé l'attention de l'ADA figurent les derniers développements provinciaux sur le projet de loi 72, la Politique bioalimentaire, l'allègement réglementaire, et le soutien aux commerces de proximité. Côté fédéral, les frais d'interchange des cartes de crédit, les élections fédérales et les enjeux liés aux travailleurs étrangers temporaires ont été abordés.



Panel sur l'élargissement de la consigne

L'un des moments forts a été sans contredit le panel consacré à l'élargissement de la consigne. La salle était comble, témoin de l'importance et de la sensibilité du dossier. Les détaillants, en tant qu'acteurs de première ligne, sont au cœur de cette réforme, et les échanges ont parfois été empreints d'émotion. Questions, préoccupations et même frustrations ont fusé, reflétant l'inquiétude face aux défis opérationnels, logistiques et financiers que pose l'élargissement de la consigne.

Les trois panélistes invités étaient présents pour répondre aux interrogations des détaillants et surtout, pour écouter leurs préoccupations. Cette conférence a permis non seulement de répondre à certaines inquiétudes, mais aussi de réitérer l'engagement des différents acteurs à travailler main dans la main avec les détaillants pour améliorer la transition.



Programme ATE+ boucherie

Daniel Choquette, Directeur, Développement des compétences, a animé une conférence sur l'heure du dîner pour faire le bilan du programme ATE+ boucherie, qui a été instauré il y a quatre ans dans maintenant 15 écoles du Québec. Au cours de sa présentation, il a mis en lumière les succès et résultats obtenus, soulignant l'impact positif de l'initiative sur les détaillants avec le témoignage de Céline Daigneault, propriétaire du IGA Céline Daigneault à Cowansville. Il en a également profité pour revenir sur le concours de boucherie d'avril 2024 et annoncer la date de l'édition 2025, soit le 2 avril prochain.





TEMPLE DE LA RENOMMÉE 2024

La soirée du samedi a été placée sous le signe des festivités avec la célébration des intronisés du Temple de la renommée. Pour une 14^e année consécutive, Mélanie Maynard a animé l'événement avec brio. Cette édition a rendu hommage à quatre figures éminentes de notre industrie. Nous les félicitons chaleureusement et les remercions pour leur contribution remarquable et leur engagement qui continuent d'inspirer leurs pairs.



Dany Benoit
IGA Extra Famille Benoit Saint-Hyacinthe



Michel Frigon
Provigo Le Marché de Magog



Hommage posthume à Jean-Pierre Corriveau
Metro Corriveau et Fille



Boulangerie St-Donat



Gauche à droite

Michel Dépatie (Président de l'ADAQ) **Mario Laplante** (Président de SMF) **Pierre-Alexandre** (PDG de l'ADA) **Dany Benoit** (IGA Extra Famille Benoit Saint-Hyacinthe) **Michel Frigon** (Provigo Le Marché de Magog) **Hommage posthume à Jean-Pierre Corriveau** (Metro Corriveau et Fille) **Boulangerie St-Donat**

Ainsi s'achève le 68^e congrès de l'ADA



Un grand merci à tous pour votre participation en si grand nombre!
Pour découvrir l'ensemble des photos prises lors de l'événement et visionner les vidéos des membres intronisés, veuillez visiter notre site Internet (Code QR)
Nous vous donnons rendez-vous l'année prochaine au Hilton Québec, les 21, 22 et 23 novembre 2025.

FÉLICITATIONS

AUX FINALISTES ET LAURÉATS

2024

PRIX
INNOVATION
en alimentation
2024

CTAQ

PARTENAIRES :

Desjardins

IC[▲] Performance
d'affaires

BANQUE
NATIONALE

FASKEN

Québec

LAURÉATS

CATÉGORIE PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS

- 1 PRODUITS DE BOULANGERIE / PÂTISSERIE
Cuisine L'Angélique pour sa Pâte à biscuits aux pépites de chocolat (sans gluten, biologique, sans produits laitiers)
- 2 JUS ET BOISSONS
KWE Cocktails pour son Thé Glacé Nordique : Argousier & thé du Labrador
- 3 PRODUITS LAITIERS
Fromagerie L'Ancêtre pour son Premier cheddar Canadien certifié Biologique et Nourries à l'herbe
- 4 PROTÉINES ANIMALES
Groupe Nutri pour ses Oeufs marinés dans le vinaigre assaisonné Nutri
- 5 PROTÉINES VÉGÉTALES
Nut Grove Cheese pour Nut Grove Cheese
- 6 METS PRÉPARÉS
KoolChiche pour ses Pastilles d'houmous congelées
- 7 PRODUITS DE LONGUE CONSERVATION
Symbiose AlimenTerre pour sa Sauce Umami Shoyu - Pois & Caméline
- 8 BOISSONS ALCOOLIQUES FERMENTÉES
A. Lassonde Inc. (Division Vins Arista) pour son Stefano Spritz Aperitivo
- 9 CHOCOLATS, COLLATIONS, DESSERTS ET CONFISERIE
Bonbon Collections Inc. pour son Gâteau de style « Cheezecake »
- 10 CATÉGORIE EMBALLAGE
Agropur Coopérative Laitière pour son Emballage prêt à être recyclé Agropur Grand Cheddar
- 11 CATÉGORIE TECHNOLOGIE & PRODUCTIVITÉ
Station Agro-Biotech pour sa Mise en fonction d'une usine et implantation d'un autoclave à canette à continu

PRIX DE NOS PARTENAIRES

- 12 PRIX ENTREPRENEURIAT BANQUE NATIONALE
Bonbon Collections Inc.
- 13 PRIX ENTREPRISE INNOVANTE DESJARDINS
Madame Labriski
- 14 PRIX PRODUCTIVITÉ AMÉLIORÉE INNO-CENTRE
Agropol
- 15 PRIX ÉCO-RESPONSABLE FASKEN
Les fermes PB



FINALISTES

Bodhi Gourmet pour ses Sauces asiatiques végétaliennes : sauces de poissons végétales et sauce aux huîtres végane | Boulangerie Médard pour son Craquelin à partager Médard | Canards du Lac Brome pour ses Ailes de canard | Canards du Lac Brome pour son Demi-canard confit, entièrement cuit, style Pékin | Cascades Groupe Produits Spécialisés pour Cascades Fresh Guard EnVision™ | Distribution D.J.F. inc pour son SIRUP - Sirop Gourmet à saveur d'érable | Groupe St-Hubert Ltée pour sa Gamme de mets composés de viande et légumes en sauce entièrement cuits sous-vide et prêts à manger St-Hubert | Henri pour son Henri - carré nutritif minimaliste | La ferme du loup pour son « Sével amer », le premier acer de style vermouth | La Fourmi Bionique pour sa Stabilisation de la fraîcheur et amélioration de la texture de la gamme Nutbrown | La Petite Bretonne pour sa Danoise La Petite Bretonne | Les Aliments GOOD BIG NICE pour ses Sauces piquantes upcyclées | Les Brutes pour sa Protéine végétale texturée à la mexicaine | Les fermes PB pour sa Fabrication d'une tartinaade avec de la charcuterie déclassée et de l'okara pour Moisson Montréal | LOOP Mission pour ses Shots de bien-être fonctionnels | Madame Labriski pour sa Pâte à biscuits à l'avoine végane à manger crue ou cuite | Sana pour sa Tartinaade Caramel crémeux | Sotek Clauger pour sa Thermopompe haute température pour pasteuriser sans cheminée | Station Agro-Biotech pour son Trema Café | Still Good pour son Pain burger à la drêche | Technologies Virgo inc. pour sa Révolution technologique agricole | Tempehine pour son CHILI Tempehine



**RENDEZ
VOUS
EN PLEIN
COEUR
DE L'INDUSTRIE
ALIMENTAIRE**
CENTRE ENERCARE DE TORONTO



**29 AVRIL
01 MAI –
2025**



Intéressé à
exposer?

SIAL
INSPIRER L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Canada

L'accélérateur d'affaires
agroalimentaires
d'Amérique du Nord

SIALCANADA.COM



#SIALCANADA #SIALMTL2024

GAGNEZ EN VISIBILITÉ DÈS MAINTENANT!

Le monde évolue, l'industrie se transforme, et de nouvelles opportunités émergent. SIAL Canada vous offre une gamme d'outils de commandite pour transformer vos objectifs en résultats concrets : des options de visibilité numérique aux opportunités d'activation sur place, proposées à la carte ou sur mesure, rien que pour vous.

Positionnez-vous comme un acteur essentiel de l'industrie agroalimentaire,
exposez au SIAL Canada 2025 !

COMMENT VOUS DISTINGUER ?



VISIBILITÉ

Élevez votre marque, gagnez en reconnaissance et en visibilité dans l'industrie.



RÉSEAUTAGE

Établissez des relations d'affaires précieuses et générez de nouveaux prospects.



INNOVATION

Montrez que vous êtes à la pointe des dernières tendances.



CIBLAGE OPTIMAL

Interagissez avec un public qualifié et engagé, adapté à votre marché cible.



ROI MAXIMISÉ

Faites en sorte que chaque dollar investi compte.



STRATÉGIES MULTICANALES

Profitez de nos outils diversifiés pour une présence à 360°.

SIAL
INSPIRER L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Canada

L'accélérateur d'affaires
agroalimentaires
d'Amérique du Nord

DEVENEZ UN ACTEUR
INCONTOURNABLE
AU SIAL CANADA 2025



COMMANDITEZ



EXPOSEZ



VISITEZ

SIALCANADA.COM

61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



26 MAI 2025

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

ON SE VOIT SUR LES VERTS!



**NOUS VOUS INVITONS DÈS
MAINTENANT À VOUS INSCRIRE
AU 61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA!**

C'est l'occasion idéale pour inviter vos clients détaillants et renforcer vos relations d'affaires dans une ambiance conviviale en plein air. Peu de gens refusent une journée de golf amicale et détendue! Si vous souhaitez compléter votre quatuor, nous serons ravis de vous mettre en contact avec des détaillants. Ne manquez pas cette chance!

**COÛT MEMBRE
FOURNISSEUR**

1375 \$
+TX

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

INFORMATION ?

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

RAPPEL DATES IMPORTANTES POUR LES DÉTAILLANTS

28 FÉVRIER

Production sommaire
relevé 1 et remettre t4

15 MARS

Déclaration revenu CNESST

2024-2025

Crédit d'impôt favorisant
le maintien en emploi des
travailleurs d'expérience



POUR PLUS
D'INFORMATION



Certificats médicaux : des restrictions pour les employeurs dès janvier 2025

À compter du 1^{er} janvier 2025, l'entrée en vigueur de la *Loi visant principalement à réduire la charge administrative des médecins* limitera les demandes d'obtention de certificat médical des employeurs aux salariés.

Ainsi, la *Loi sur les normes du travail (LNT)* ne permettra plus aux employeurs d'« exiger un document attestant des motifs d'une absence notamment pour cause de maladie, incluant un certificat médical pour les 3 premières absences d'une période de 3 journées consécutives ou moins prises sur une période de 12 mois ».

De plus, un certificat médical ne sera plus requis pour les salariés devant s'absenter pour « prendre soin d'un enfant, d'un membre de la famille ou d'une personne pour qui la personne agit à titre de proche aidant », ce qui modifiera le troisième alinéa de l'article 79.7 de la LNT.

Consultez l'intégralité du Projet de loi no 68, *Loi visant principalement à réduire la charge administrative des médecins*, adopté le 8 octobre 2024, sur le site de l'Assemblée nationale.

PIVOHUB



pivohub.com/achat

**Produits Locaux
Produits Artisanaux
Bières de Microbrasserie
Cidres & Vins du Québec**

Une seule plateforme où découvrir, commander
et payer vos fournisseurs et distributeurs, 24/7

Votre magasin est déjà sur PivoHub.com

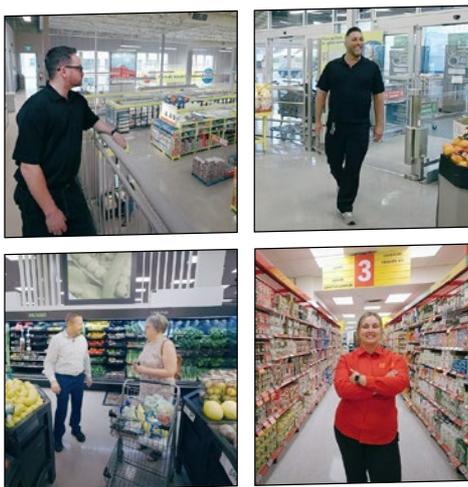
suivez vos livraisons et historique de commandes
dès aujourd'hui



LES GESTIONNAIRES : UNE SOURCE DE LEADERSHIP INDÉNIABLE

**NOUVEL OUTIL POUR
PROMOUVOIR LES POSTES
DE GESTIONNAIRES !**

 **Quatre vidéos 360° pour
démystifier ce métier**



CS MOCA



CS MOCA

Découvrez :

- Une journée typique
- Les coulisses du métier
- La diversité des parcours

Visitez le csmoca.org et suivez-nous sur les réseaux sociaux !
Contact : info@csmoca.org | 514 499-1598



Gérer un commerce en alimentation, c'est bien plus que superviser des ventes ou gérer des stocks : cela exige une autonomie à toute épreuve et une capacité à naviguer dans un environnement en perpétuelle évolution. De la gestion du personnel, à l'accueil de la clientèle (qu'elle soit satisfaite ou mécontente), en passant par la coordination de la réception de marchandises, chaque jour apporte son lot de défis. C'est pour cette raison que le CSMOCA a décidé de s'intéresser de plus près aux gestionnaires d'épicerie afin de mieux comprendre ce qui fait leur succès. Et une conclusion s'impose : la clé est leur leadership!

VIDÉOS 360° : UNE IMMERSION DANS LE QUOTIDIEN DES GESTIONNAIRES

Au courant de l'été 2024, le CSMOCA a réalisé quatre tournages dans des épicerie situées à Montréal, Mont-Laurier, Saint-Lin et Gatineau. Ces vidéos 360° offrent une immersion unique dans le quotidien des gestionnaires d'épicerie. Chacune de ces rencontres a été l'occasion de découvrir, à travers des témoignages et des scènes de travail authentiques, les tâches variées et les défis auxquels ces gestionnaires font face chaque jour.

Ces vidéos nous permettent d'en apprendre davantage sur la diversité des parcours professionnels des protagonistes. Ils ont été choisis pour leurs compétences exceptionnelles en communication et en gestion d'équipe, mais aussi pour leur parcours unique. En effet, loin de suivre un chemin tout tracé, ces gestionnaires ont su faire preuve d'initiatives et de résilience pour gravir les échelons, chacun à leur manière. Cela montre qu'il n'existe pas un seul modèle pour atteindre un poste de gestion en commerce alimentaire, mais bien une multitude de trajectoires, nourries par des expériences diverses et enrichissantes.

UNE GESTION QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

Les gestionnaires d'épicerie qui ont du succès ne se contentent pas de diriger, ils inspirent. En plus de superviser les opérations quotidiennes, ils sont des chefs d'orchestre dans la gestion des imprévus, de l'approvisionnement à la gestion des horaires, en passant par l'accueil et la fidélisation de leur personnel et de leur clientèle. Ils sont souvent les premiers à s'adapter aux nouvelles tendances de consommation, à l'évolution des technologies de vente et aux exigences de durabilité, tout en garantissant une gestion saine et humaine de leurs équipes. Leur leadership se reflète dans chaque aspect du commerce, et c'est souvent ce qui permet à une épicerie de se démarquer dans un marché concurrentiel. À travers les vidéos 360° réalisées par le CSMOCA, vous pourrez découvrir la réalité de nos quatre gestionnaires de manière vivante et immersive. Ces portraits démontrent clairement que, derrière chaque commerce florissant, il y a un leadership fort et engagé.

APPRENEZ-EN DAVANTAGE SUR LE CSMOCA

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation est un organisme sans but lucratif qui se consacre au développement des compétences de la main-d'œuvre de son secteur. Depuis près de 25 ans, il est un partenaire incontournable pour les épicerie, les magasins spécialisés, les commerces de proximité et les entrepôts alimentaires partout à travers le Québec! Notre mission est à la fois 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 au moyen de conférences et de 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 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 | (514) 499-1598 poste 4



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



HED | Courtier en assurance

AVIS DE NOMINATION

KAREN PROUD

Présidente-Surintendante du Conseil d'administration du Bureau du Code de Conduite pour le Secteur des Produits d'Épicerie (BCCSPÉ)

Le Conseil d'administration du Bureau du Code de Conduite pour le Secteur des Produits d'Épicerie (BCCSPÉ) a le plaisir d'annoncer la nomination de Karen Proud en tant que première Présidente et Surintendante de l'organisation. Mme Proud possède une vaste expérience en matière de leadership dans les secteurs de la vente au détail et de la fabrication, ainsi qu'en matière de conformité réglementaire et de collaboration entre parties prenantes. Elle entrera officiellement en fonction le 17 mars 2025.

Madame Proud supervisera la mise en œuvre du Code de conduite à l'adhésion volontaire du secteur des produits d'épicerie. Elle sera notamment chargée d'encourager le respect du Code, de fournir des conseils sur son interprétation, de résoudre les litiges, de contrôler les pratiques et de rendre compte des progrès accomplis chaque année. Dans le cadre de ses fonctions, elle encouragera les pratiques commerciales collaboratives et éthiques, en veillant à ce que le Code évolue en phase avec les besoins du secteur. Nous avons très hâte de commencer à collaborer avec cette dernière.

Source: Canadian Grocer et Office of the Grocery Sector Code of Conduct

PATRICK CHARBONNEAU

Vice-président exécutif, ventes de GURU Organic Energ

Guru, l'entreprise montréalaise de boissons énergisantes biologiques, est heureuse d'annoncer la nomination de Patrick Charbonneau au poste de vice-président exécutif, ventes. Patrick apporte plus de 25 ans d'expérience approfondie dans l'industrie des aliments et des boissons, renforçant ainsi l'équipe de haute direction de GURU.

Leader visionnaire et charismatique, Patrick est reconnu pour sa vision stratégique, son excellence opérationnelle et sa capacité à inspirer et à bâtir des équipes performantes. Au cours de son mandat chez PepsiCo Canada, il a occupé trois postes de vice-président et a obtenu des résultats exceptionnels en favorisant des partenariats collaboratifs et gagnant-gagnant avec les clients, les distributeurs et les principales parties prenantes. La nomination de Patrick intervient à un moment charnière pour GURU, alors que la Société se concentre sur la croissance des ventes sur les marchés clés tout en restant engagée à fournir aux consommateurs des solutions énergisantes meilleures pour la santé.

Source : GURU Organic Energy

JADE PROULX

Directrice de l'innovation agroalimentaire et responsable de la zone d'innovation en agroalimentaire de Saint-Hyacinthe

Saint-Hyacinthe technopole annonce la nomination de Mme Jade Proulx comme directrice de l'innovation agroalimentaire et responsable de la zone d'innovation en agroalimentaire de Saint-Hyacinthe.

Forte de plus de 10 ans d'expérience, elle détient une maîtrise en Sciences et technologies des aliments de Cornell University et a aussi étudié l'innovation à The Wharton School. Sa carrière variée inclut des rôles en innovation et R&D dans des entreprises au Québec et aux États-Unis, ainsi que la cofondation d'une entreprise technologique. Elle excelle dans les domaines des protéines végétales, de la fermentation de précision et de la transformation numérique.

Source : Saint-Hyacinthe Technopole

DANIELLE BEAULIEU

Présidente du conseil d'administration L'Association Restauration Québec (ARQ)

L'Association Restauration Québec (ARQ) est fière d'annoncer que Danielle Beaulieu, propriétaire de l'Hôtel Mortagne à Boucherville, poursuivra son mandat à titre de présidente du conseil d'administration pour l'année financière 2024-2025. Cette nomination a été confirmée lors de l'Assemblée générale annuelle des membres de l'ARQ, tenue à Shawinigan.

M^{me} Beaulieu, membre du CA depuis 2019, continuera de mettre son expertise au service de l'Association pour relever des enjeux clés comme la pénurie de main-d'œuvre, le partage des pourboires et les enjeux environnementaux liés à l'élargissement de la consigne.

Source: Association Restauration Québec

CORINNE DEMARS

Directrice générale adjointe d'Aliments du Québec

Forte d'une vaste expérience en marketing, communication et gestion stratégique, Corinne s'est démarquée par son leadership et sa capacité à mobiliser les parties prenantes autour d'une vision commune. Depuis son arrivée dans l'organisation en octobre 2023, elle a brillamment assuré la direction marketing et communication par intérim, renforçant la visibilité et l'impact d'Aliments du Québec dans l'industrie bioalimentaire québécoise.

Source : Aliments du Québec

Commencer un nouvel emploi loin de chez soi, **ça peut être dépayasant.**

VOUS ÊTES UN EMPLOYEUR ?

Découvrez comment bien intégrer
vos travailleuses et vos travailleurs
récemment arrivés au Québec.



ACTUALITÉS ET TCBO

BAS-SAINT-LAURENT

CAMPAGNE D'IDENTIFICATION VISUELLE SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

L'Association Saveurs du Bas-Saint-Laurent a lancé une campagne d'identification visuelle chez 81 détaillants répartis sur le territoire du Bas-Saint-Laurent. Chaque commerçant a démontré un vif intérêt pour mettre en valeur les produits locaux, facilitant ainsi l'accès pour les consommateurs. L'accompagnement personnalisé offert aux détaillants a permis de recenser les produits régionaux présents en magasin et de les signaler clairement grâce à des repères visuels attrayants.

Au cours des visites, près de 200 producteurs et transformateurs locaux ont été identifiés, renforçant le lien entre l'offre et la demande. Ces derniers ont également bénéficié d'une visibilité accrue grâce à des propositions de mise en marché qui ont enrichi l'offre des détaillants.

Ces visites, effectuées deux fois dans l'année, ont généré plus de 850 recommandations sur mesure, un soutien essentiel pour les commerçants souvent à court de temps et un atout majeur pour les producteurs ayant des ressources limitées pour suivre leur présence en magasin. Cette initiative, alliant innovation et collaboration, représente un succès remarquable et une étape de plus vers un marché local renforcé!



CIBÎM

7^e ÉDITION DES RENCONTRES D'ACHETEURS DU CIBÎM

Carrefour de l'industrie bioalimentaire de l'île de Montréal | Du 10 au 21 février 2025

Acheteurs, participez à cette quinzaine incontournable du secteur et profitez de l'expertise du CIBÎM pour accroître votre marché.

LES RENCONTRES D'ACHETEURS DU CIBÎM, CE SONT DEUX ACTIVITÉS SUR MESURE POUR LES ACTEURS DU DOMAINE BIOALIMENTAIRE.



15 jours de «speed dating» virtuel avec des vendeurs correspondant à vos critères d'achat



La 3^e édition de la Grande Dégustation des produits québécois au Marché Bonsecours à Montréal

Le rôle du CIBÎM est de vous faire gagner du temps!

Grâce à notre expertise, nous vous accompagnons tout au long de vos rencontres virtuelles pour vous offrir une activité clé en main. Cette activité gratuite, en collaboration avec le MAPAQ, le Regroupement des tables de concertation bioalimentaires et Aliments du Québec, vous permet de rencontrer de nouveaux transformateurs alimentaires de toute la province.

LES MISES EN RELATION SONT PERSONNALISÉES EN FONCTION DE VOS ATTENTES :

Sélection des entreprises présentées en fonction de vos besoins

Prise de rendez-vous selon vos disponibilités et votre agenda en février

Rencontres virtuelles de 15 minutes, modérées par un animateur pour respecter votre temps

Logistique gérée intégralement par notre équipe

Un grand nombre d'acheteurs (chaînes de détails et commerces indépendants, distributeurs, courtiers, institutions...) nous font confiance depuis la première édition en 2019. Peu importe la catégorie de produits, le CIBÎM saura répondre à vos besoins. Inscriptions et informations à : info@cibim.org

Clôture des rencontres d'acheteurs : La Grande Dégustation des produits québécois

Forts du succès des années précédentes, nous invitons tous les acheteurs du marché du détail, de l'institutionnel (secteur de l'éducation, de la santé, du HRI), des boîtes de prêts-à-manger/prêts-à-cuisiner pour clôturer cette quinzaine, à la troisième édition de la Grande Dégustation des produits québécois qui aura lieu le vendredi 21 février à Montréal au marché Bonsecours. Ce moment convivial vous permettra non seulement de goûter les produits que vous aurez découverts lors de cette quinzaine, mais aussi de réseauter avec l'ensemble des professionnels du domaine bioalimentaire et de prendre le pouls du marché actuel.

En 2024, à ce salon B2B, se sont présentés plus de 95 kiosques de transformateurs locaux et 265 visiteurs. En bref, les rencontres d'acheteurs du CIBÎM, c'est une formule hybride avec un salon professionnel et des rencontres virtuelles pour vous permettre, acheteurs, de faire les maillages les plus pertinents avec des transformateurs alimentaires québécois.



R ^ T
 < C >
 B v Q

Les saveurs du Québec à travers l'expertise des régions!

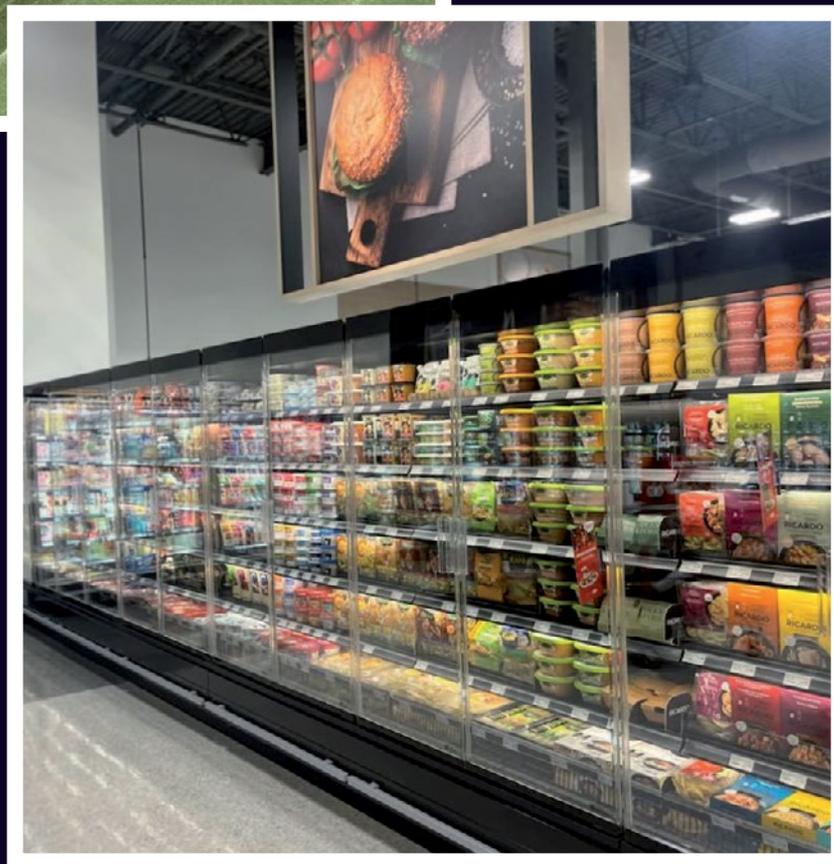
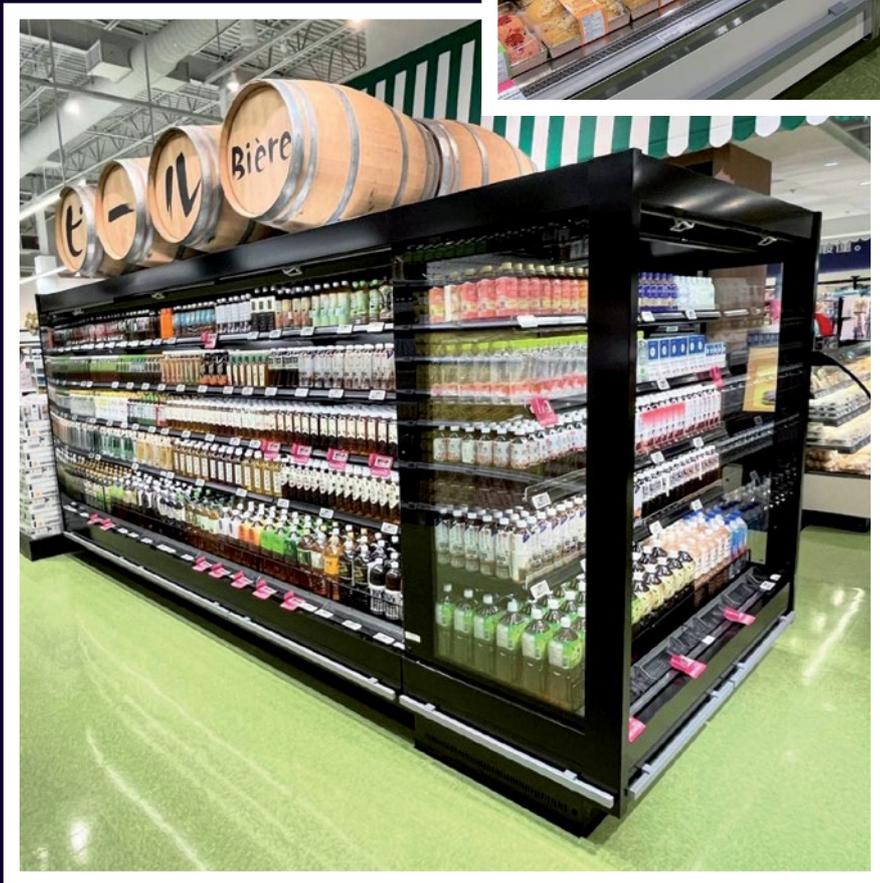
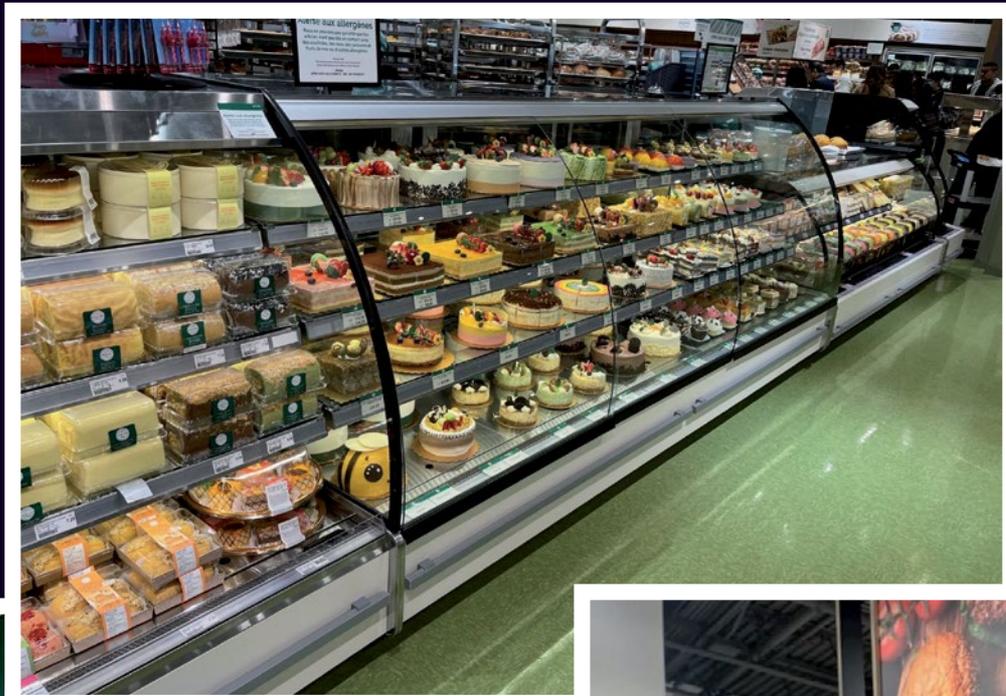


Contactez la Table de concertation bioalimentaire de votre région et consultez les répertoires en scannant le code QR.



**POUR TOUS VOS BESOINS,
LES MEILLEURES SOLUTIONS**

Fièremment fabriqué au Canada



arneg
CANADA

arneg
WORLD

arneg
SYSTÈMES

18 rue Richelieu, Lacolle, QC J0J 1J0
450.246.3837 • 1.800.363.3439



www.arneg.ca

