

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Printemps
Été 2025



CONCOURS

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



10^e
édition
4 au 24 août

Inscrivez-vous!



69E CONGRÈS DE L'ADA

Découvrez nos
intronisés du Temple
de la renommée

P. 6



AGENCES SAQ ET PERMIS D'ALCOOL

Une mobilisation
bien entamée

P. 11



IMMÉTIS:

Est-il encore possible
de recruter des travail-
leurs étrangers tempo-
raires au Québec?

P. 20

LE M E D T N O P

L'OBLIGATION DE NOUS REDÉFINIR



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

La situation géopolitique des dernières semaines est un moment inédit. En effet, nous n'avons jamais connu une telle période d'incertitude entre pays pourtant amis. Partout dans le monde, on s'interroge sur les raisons poussant l'administration Trump à prendre presque systématiquement des décisions qui affaiblissent le portefeuille de ses électeurs qu'il s'époumone pourtant à vouloir soulager.

Le président des États-Unis s'est entouré de fidèles qui n'osent pas le confronter

et appliquent un programme peu conventionnel. L'administration n'hésite pas à attaquer des institutions reconnues ou à congédier des personnes pourtant hautement qualifiées. On en vient à se demander si ce chantier pourrait même rendre la société américaine incapable de se recentrer dans le futur.

La relation avec nos voisins du Sud s'est affaiblie, ce qui aura des répercussions négatives dans les années à venir. La montée du protectionnisme, les guerres commerciales et les coupes irréflechies font craindre d'importantes crises sociales à l'étranger, mais aussi à l'intérieur du pays. Un exemple, le Programme d'assistance nutritionnelle supplémentaire (SNAP) dont dépendent des millions d'Américains pour se nourrir est sur le point de subir des réductions importantes de son financement fédéral tout en limitant l'accessibilité aux personnes sans emploi.

Les risques de récession mondiale sont élevés et les marchés boursiers montrent une volatilité dure pour le cœur. L'inflation guette l'ensemble des pays qui se demandent, incrédules, pourquoi celui dont les entreprises ont le plus profité de l'économie mondialisée

ne semble plus vouloir jouer le rôle de métronome économique mondial.

Lors du lancement du Front commun pour notre sécurité alimentaire et nos régions en présence de différents partenaires de l'industrie au siège social de l'UPA en février dernier, l'ancien premier ministre du Québec Jean Charest a souligné que notre relation avec les États-Unis sera changée pour une période prolongée et que nous devons repenser notre économie pour ne plus dépendre d'un seul partenaire, comme cela a été le cas pendant des décennies.

Désormais, et au-delà de la crise tarifaire, il est important de revoir nos pratiques commerciales et de privilégier nos produits locaux, nos artisans et nos entreprises, moteurs d'une économie forte au Québec et au Canada.

J'espère que vous serez nombreux en août à faire honneur à nos produits dans le cadre du concours les Aliments du Québec dans mon panier. Tout le monde ressortira gagnant de cette saine compétition, comme devrait l'être une bonne relation entre partenaires.

LA CULTURE DU PRIVILÈGE



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Un monopole fait ce qu'il veut. Dans le cas de notre bien-aimée SAQ, à la fois principale concurrente dans le marché et partenaire imposée dans la commercialisation, c'est une relation pour le moins particulière. Souvent, ils donnent l'impression de ne pas comprendre le privilège dont ils disposent, comme lorsqu'ils décident de limiter l'espace pour les produits qui ne peuvent être écoulés que chez eux pour faire plus de place aux produits sans alcool. Ces produits sont déjà vendus par d'autres, ce qui ne procure aucun gain d'accessibilité, mais à quoi bon en laisser aux autres quand on est privilégié.

Nous avons nous-mêmes un petit privilège réglementaire, car les détaillants alimentaires peuvent vendre de la bière, du cidre et les vins prescrits par la Loi de la SAQ, ce que ne peuvent pas les commerces non alimentaires. Là s'arrête notre maigre privilège.

Plus privilégié, un restaurateur peut vendre des produits d'importation privée et des spiritueux, tandis que la fromagerie pourtant juste en face est, pour sa part, limitée au catalogue de l'épicier. La petite boutique bio, le dépanneur

ou le boucher sur la rue commerciale ne peuvent pas offrir des produits différenciés; ils ont le même portefeuille restreint à moins d'étirer l'esprit de leur permis. Certains combinent les rôles, en ajoutant quelques tables pour manger sur place, un comptoir pour emporter, une armoire de produits fins et voilà que l'épicier au sens de la loi est devenu restaurateur.

Il y a aussi des fleuristes/cavistes, de jolies boutiques tendance, où on se gratte la tête pour comprendre par quel tour de magie la RACJ leur octroie des permis de ventes d'alcool, alors que leur modèle d'affaires contourne l'esprit de la Loi. Qui dit privilège, dit aussi souvent iniquité.

Voici le dernier projet de la SAQ : l'ouverture de mini-Agences SAQ urbaines qui permettront dans les prochaines semaines à 6 commerces alimentaires de différentes tailles d'offrir une sélection restreinte de 30 produits actuellement réservés aux succursales. Nous saluons cette expérience pilote et nous espérons que la SAQ partagera ses constats de façon transparente avec l'ensemble de l'industrie. Faut-il rappeler que les Agences SAQ dans nos régions performant mieux que la SAQ, mieux que la restauration, mieux que la vente SAQ alimentation en épicerie? Comme quoi une offre élargie d'alcool en combinaison avec des aliments est une solution qui plaît aux consommateurs québécois et aux finances publiques.

Nous nous questionnons sur le processus d'appel d'offres qui devrait suivre à l'automne puisque la SAQ envisage d'en ouvrir une centaine dans les municipalités du Québec, accentuant d'un même souffle l'iniquité entre détaillants avec ou sans mini-Agence dans un même secteur. Si l'expérience

pilote est concluante, pourquoi ne pas faire honneur au traitement national si cher à la société d'État en permettant à l'ensemble des détaillants alimentaires d'élargir leur offre au bénéfice de tous les Québécois?

Ajoutons dans l'équation la priorité du gouvernement Carney d'abolir les barrières interprovinciales, qui devrait entre autres, permettre de livrer directement au consommateur québécois des produits alcooliques qui ne peuvent même pas se retrouver sur les tablettes d'un détenteur de permis d'épicerie. Privilège quand tu nous tiens.

En 2014, la SAQ souhaitait ouvrir des succursales de type «shop in the shop» dans des commerces alimentaires. Le projet n'est certes pas le même, ni avec la même portée, mais les parallèles sont frappants. Je laisse le mot de la fin à mon prédécesseur, Florent Gravel, qui synthétise toujours très bien l'enjeu central de la position de la SAQ :

«Aux gens de la SAQ nous disons ceci : ne poussez pas nos membres à se cannibaliser entre eux. Le commerce de détail est assez compétitif comme cela, nous n'avons pas besoin d'une nouvelle concurrence émanant directement d'une société d'État. Nous avons toujours mis nos tablettes au service du consommateur que nous servons quotidiennement. Nous devons collectivement identifier comment mieux développer la catégorie des alcools dans notre réseau, pas au bénéfice exclusif de quelques privilégiés, mais bien de l'ensemble des points de vente pour mieux servir le consommateur québécois.»

Pour pouvoir porter un toast, il faut d'abord servir un verre à tout le monde. Santé!

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 Bélair
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	2
SECTION MEMBRES FOURNISSEURS	4
69 ^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA	6
PORTRAIT DE DÉTAILLANT	7
SUIVI DE DOSSIERS	
Collecte sélective - Contributions financières des producteurs	8
Tabac et vapotage	8
Prix de l'essence	9
Budget du Québec 2025-2026	9
Fonds régions et ruralité (volet commerces de proximité)	10
Lutte contre la criminalité	10
Contrebande	10
En vrac	10
Élections fédérales	10
Agences SAQ - Une mobilisation bien entamée	11
De nouvelles agences et un nouveau concept de mini-agences	11
Comité Alcools	11
Consigne	11
Consigne modernisée : un bilan préoccupant deux mois après la phase 2	12
Rapport Dufour – Renforcer le développement économique local	12
À LA MÉMOIRE DE	13
INDICE DE CONSOMMATION ALIMENTATION: UN REGAIN DE CONFIANCE QUI EN DIT LONG	14
LA CONTREBANDE DE CIGARETTES : UN FLÉAU POUR LE DÉTAIL ALIMENTAIRE	16
HEURES D'OUVERTURE : FÊTE DU QUÉBEC ET DU CANADA!	17
CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!	18
IMMIGRATION : EST-IL ENCORE POSSIBLE DE RECRUTER DES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS TEMPORAIRES AU QUÉBEC?	20
70 ANS À DÉFENDRE LES DÉTAILLANTS D'ICI	22
SOMMET DE LA PRÉVENTION	26
DES PROGRAMMES SOLIDES POUR L'AUTOMNE 2025	29
CONCOURS : MEILLEUR ÉLÈVE BOUCHERIE DE DÉTAIL	30
LES MEILLEURS DE L'OUEST RÉUNIS AU GSF!	32
SIAL	34
61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA	36
LE MANUEL DE L'EMPLOYÉ DU CSMOCA : UN INCONTOURNABLE POUR FACILITER VOTRE GESTION!	38
NOUVELLES DE L'INDUSTRIE	40
LE VIRAGE NUMÉRIQUE DES COMMERCES D'ALIMENTATION : OÙ EN EST-ON VRAIMENT?	41
ACTUALITÉS DES TCBQ	42

SOYONS FIÈREMENT LOCAUX!



Mario Laplante
Président SMF

Ce n'est plus une cachette pour personne, nous vivons dans une incertitude constante d'imposition de tarifs de la part de l'administration Trump. Reste à voir combien de temps le Canada restera exempté. Cette situation, tout en mettant beaucoup de pression sur la gestion de nos offres d'affaires, a créé un engouement prononcé de la part des consommateurs pour les produits locaux. Local ici au Québec ou local ici au Canada, n'en demeure pas moins que c'est notre économie. À titre de fournisseurs, nous devons continuer de maximiser, de promouvoir et de mettre en évidence nos produits, nos marques et nos organisations. De nombreux exemples en font foi. Que ce soit pour des produits alimentaires, des produits de services, des produits locaux ou nationaux, continuons à marteler le message que l'achat de produits provenant de nos régions est important pour les Canadiens.

Entre-temps, le conseil d'administration de l'ADA s'est réuni au printemps dernier afin de revoir nos façons de faire, de se questionner sur les meilleures pratiques et de déterminer les plus-values pour notre organisation, nos membres fournisseurs et les membres en devenir.

J'aimerais remercier tous les fournisseurs participant au tournoi de golf annuel ADA. Mettre en avant cette activité de réseautage s'avère d'une grande importance.

Au plaisir,



Les **risques** à la santé psychologique peuvent être présents dans tous les milieux de travail.

Sauriez-vous les reconnaître ?

HARCÈLEMENT

**ÉVÉNEMENTS POTENTIELLEMENT
TRAUMATIQUES**

VIOLENCE

Il est de même, on
le changera pas. C'est
un colleux, il veut
juste être gentil.

Ben là, relaxe.
Il ne t'a quand
même pas frappé,
c'est juste du
mobilier.

Ça fait partie d'la job!
On ne peut rien faire
pour empêcher ça.

Il jappe fort, mais
il ne mord pas. On ne
le changera pas.

Ce qui se
passe à la
maison, reste
à la maison.

DC1300-1159 (2025-02)



Soyons des agents de changement. Informez-vous !

RÉSERVEZ
LES DATES :
LE 69^e CONGRÈS
DE L'ADA APPROCHE!



DU 21 AU 23 NOVEMBRE 2025

**JOIGNEZ-VOUS À NOUS AU HILTON QUÉBEC POUR
UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE DE L'INDUSTRIE.**

Parmi les moments forts : l'intronisation au Temple de la renommée de bâtisseurs d'exception



**FRANCK HÉNÔT
ET DANNY
THERRIEN**

Intermarché
Boyer



**ROBERT,
MARIO ET GUY
PAQUETTE**

Pasquier



**DANIEL
VALLÉE**

IGA extra
Vallée



**DENIS
BRISEBOIS**

Metro

FOURNISSEUR

LAITERIE DE
Coaticook Ltée

Restez à l'affût en consultant nos réseaux sociaux et notre site Web,
l'horaire ainsi que les conférences seront dévoilés sous peu.



Réservez dès maintenant votre chambre d'hôtel en balayant le code QR. Les réservations peuvent aussi se faire par téléphone au 418-647-6500 ou sans frais au 1-800-447-2411. **Le code de groupe à mentionner est le : GADAQ.**



Inscrivez-vous dès maintenant et assurez-vous une place au coeur des discussions sur les enjeux de notre secteur.



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

PORTRAIT DE DÉTAILLANT



MARIO LEBRUN – L'ÉPICIER AU LONG SOUFFLE

Derrière chaque marché bien enraciné dans sa communauté, il y a une histoire de passion, de transmission et de dévouement. Celle de Mario Lebrun incarne tout cela. Propriétaire du Marché Richelieu de Saint-Roch-de-l'Achigan et du Marché Dessaulles à Saint-Hyacinthe, il est un homme de terrain, présent, proche de ses clients, fier de ses équipes et animé par un profond respect pour son métier et ses racines familiales.

Le Marché Lebrun existe depuis 1969, fondé à Saint-Esprit par Claude et Monique Lebrun. Mario, leur fils, grandit littéralement dans les allées de l'épicerie, exploitée sous la bannière Provibec, l'ancêtre de Provigo. Dès l'adolescence, alors qu'il fréquente l'école secondaire à Saint-Roch-de-l'Achigan, une épicerie flambant neuve y ouvre ses portes sous la bannière Provigo. Ce sont les belles années de la chaîne, une véritable référence dans le monde de l'alimentation. Mario est fasciné. L'idée germe rapidement : un jour, cette épicerie sera la sienne. Pour lui, l'épicerie de quartier est un repère essentiel. En 2001, il rachète l'épicerie familiale à Saint-Esprit, puis revend ses parts en 2014 pour faire l'acquisition de celle de Saint-Roch-de-l'Achigan.

LE BOUCHER DERRIÈRE L'ÉPICIER

Mario a appris le métier de boucher selon la vieille méthode comme il mentionne. Dans l'épicerie familiale, un vieux boucher lui montre les bases. Puis il complète sa formation en suivant des cours au sein de la bannière Provigo. Il a toujours mis la main à la pâte, et encore aujourd'hui, il ne dit jamais non à un retour au comptoir. Ces dernières années, il constate avec enthousiasme un regain d'intérêt

pour le département des viandes. Les clients cuisinent plus, redécouvrent les coupes moins connues, et ça lui parle.

Le Marché Richelieu de Saint-Roch propose tous les services : agence SAQ, livraison à domicile, une offre complète. Mais ce qui distingue le commerce, c'est l'ambiance. Celle d'un marché de village où tout le monde se connaît. Mario salue ses clients par leur prénom, prend le temps d'échanger. Il a grandi dans cette culture où l'épicerie est un lieu de proximité et d'écoute, et il continue de la faire vivre chaque jour.

PRÉSERVER L'ESSENCE, AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE

Quand il découvre le Marché Dessaulles à Saint-Hyacinthe en 2020, c'est le coup de foudre. Il y reconnaît les valeurs qui lui sont chères : fraîcheur, qualité, service humain. À ses yeux, ce commerce est le plus beau du Québec. Lorsqu'il en fait l'acquisition, il ne fait aucun changement. Tout est parfait! En juillet prochain, cela fera déjà cinq ans.

À l'opposé, lorsqu'il rachète le commerce de Saint-Roch il y a

environ 10 ans, tout est à refaire. Il entreprend une série de rénovations majeures pour remettre les lieux au goût du jour. Mais au-delà de l'esthétique, il repense les espaces pour ses employés : chambres froides efficaces, salle de pause confortable, postes de travail fonctionnels. Résultat : un noyau d'équipe fidèle, avec des employés comptant 10, 15, voire 20 ans d'ancienneté. Même les étudiants de passage reviennent lui dire bonjour, signe de l'ambiance chaleureuse qu'il entretient. Il est ému lorsqu'on lui parle de ses équipes, qu'il considère avec grande reconnaissance. Il admet avoir été un peu moins présent au Marché Dessaulles cette dernière année, accaparé par les rénovations, mais il n'oublie pas de souligner la force de cette équipe.

UNE RELÈVE BIEN PRÉPARÉE

La relève, elle aussi, est bien là. Ses filles, Béatrice et Marianne, veulent poursuivre l'aventure familiale. Béatrice s'est investie de façon remarquable

durant les rénovations, gérant les ressources humaines et soutenant les opérations au quotidien. Leur engagement, nourri par les valeurs familiales et une discipline acquise dans le sport, remplit Mario de fierté. Il sait que l'avenir est entre bonnes mains.

Après les rénovations, Mario se donne un temps d'ajustement. Six mois pour stabiliser les ventes, revoir les opérations, affiner les détails. Mais déjà, une idée prend forme : développer la bannière Richelieu sous le nom de Marché Lebrun dans d'autres localités. Une croissance réfléchie, fidèle à ses principes.

Acheter local est au cœur de sa philosophie. Mais il le fait intelligemment. Travailler avec un ou deux producteurs par type de produit permet de garder un bon roulement, éviter les pertes et réduire les inventaires dormants. Trop de variété nuit à la performance, alors il préfère miser sur la mise en valeur de produits sélectionnés.

UN ÉPICIER DE TÊTE ET DE CŒUR

Les tarifs douaniers et les réalités économiques ont leur effet, bien sûr. Les clients réagissent en adaptant leurs choix, en recherchant des alternatives. Mario suit ces tendances de près, ajuste son offre, toujours à l'écoute de ce qui se passe sur le plancher.

Et il n'oublie jamais de redonner. C'est ancré en lui depuis toujours. Ses parents étaient très impliqués dans la communauté, et il perpétue cette tradition. Il soutient les organismes locaux, particulièrement ceux qui aident les jeunes et les aînés. Pour lui, c'est une évidence. On reçoit de sa communauté, on lui rend.



MARIO LEBRUN | MARCHÉ LEBRUN



POUR ÉCOUTER LE BALADO SUR MARIO LEBRUN
RENDEZ-VOUS SUR LE SITE INTERNET DE L'ADA!

LE

S

I

V

L

S

S



COLLECTE SÉLECTIVE - CONTRIBUTIONS FINANCIÈRES DES PRODUCTEURS ▾

Selon la volonté exprimée par le gouvernement en 2020, les entreprises qui produisent et mettent en marché des contenants, des emballages, des imprimés et des journaux sont responsables de la récupération et du recyclage de leurs produits du début jusqu'à la fin de leur cycle de vie. Il s'agit de la responsabilité élargie des producteurs (REP) encadrée par le Règlement sur la récupération et la valorisation de produits par les entreprises.

Depuis 2022, deux organismes de gestion désignés (OGD) nommés par Recyc-Québec sont chargés de la modernisation des systèmes québécois de la consigne et de la collecte sélective, soit l'Association québécoise de récupération des contenants de boissons (AQRCB) pour les contenants consignés et Éco-Entreprise Québec (ÉEQ) pour la collecte sélective.

Depuis le 1er janvier 2025, ÉEQ assume la totalité des coûts de collecte et de transport des contenants, des emballages et des imprimés récupérés par la collecte sélective en porte-à-porte sur le territoire du Québec, ainsi que dans ses écocentres.

Or, cette transition a suscité des inquiétudes majeures, alors que plusieurs entreprises concernées par la REP (détaillants et transformateurs) ont dénoncé notamment les hausses significatives des contributions financières exigées pour l'année 2025 combinant aussi des paiements rétroactifs. Une mobilisation s'est enclenchée depuis le début de l'année pour dénoncer la situation face à l'incapacité de payer de plusieurs producteurs.

Dans cette optique, ÉEQ a proposé la mise en place de mesures visant à atténuer la pression du système sur les producteurs face à cette hausse de la tarification pour la collecte sélective. Le ministre de l'Environnement, Benoit Charette, a répondu positivement à ces propositions, s'engageant à mettre en place des ajustements qui permettront de préserver à la fois les objectifs environnementaux de la REP et la vitalité économique des entreprises québécoises.

Au moment d'écrire ces lignes, aucune solution formelle n'a été entérinée pour la facturation de 2025. L'ADA poursuivra sa collaboration avec les associations sectorielles afin de favoriser un dénouement positif pour l'ensemble des parties concernées.



TABAC ET VAPOTAGE ▾

Depuis sa création en 2001, le programme ACCES Tabac coordonné par le ministère de la Sécurité publique a permis de lutter contre le commerce illégal de tabac. L'initiative gouvernementale a comme objectif de favoriser l'intégrité du régime fiscal québécois, de rétablir l'ordre dans le secteur du commerce du tabac, d'augmenter la probité, de diminuer la concurrence déloyale causée par le commerce illégal du tabac envers les entreprises légitimes, d'assainir l'industrie et de lutter contre le crime sans plaignant.

Plus de 150 personnes, dont 90 policiers, composent à l'heure actuelle cette équipe. Cette escouade permet de diminuer la contrebande au Québec. Lors du dernier budget, nous avons accueilli positivement le maintien des sommes pour cette initiative. Nous avons également été surpris de constater que les prévisions de taxes sur le tabac ont été revues à la baisse de plusieurs millions de dollars. Toutefois, sachant que les taxes sur le tabac ont été haussées l'année dernière, et qu'il y a un lien direct avec l'augmentation de la contrebande, nous sommes perplexes face à la baisse marquée du tabagisme mentionnée dans les documents du budget. Cette tendance ne s'expliquerait-elle pas en raison d'une hausse de la contrebande? Dans tous les cas, nous nous réjouissons que les efforts d'ACCES tabac se poursuivent pour contrer ce fléau.

Parallèlement, depuis le 31 octobre 2023, plusieurs mesures sont en vigueur au Québec afin d'encadrer la vente de produits de vapotage, dont l'interdiction de la vente de produits de vapotage contenant des saveurs ou des arômes autres que celui du tabac. Bien que ces orientations soient nobles et socialement souhaitables, un effet pervers en ressort.

En effet, la vente en ligne de saveurs et de rehausseurs de saveurs est omniprésente au Québec malgré l'interdiction. Des moyens supplémentaires devraient être mis en place afin de contrer la vente illégale de ces produits.

Pendant ce temps, les détaillants en alimentation conformes sont pénalisés, l'objectif du gouvernement n'est pas atteint et les finances publiques en subissent les conséquences. Il est permis de se demander si l'encadrement de cette réglementation permet de répondre aux objectifs du gouvernement.

<https://www.tvanouvelles.ca/2025/03/24/contrebandier-recidiviste-la-prison-pour-des-cigarettes-achetees-a-kahnawake>



PRIX DE L'ESSENCE ▾

Le 14 avril dernier, le gouvernement Legault a exprimé sa volonté d'abolir le prix plancher de l'essence dans le cadre du projet de loi 69 présentement à l'étude. Rappelons que l'ancien ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie avait exprimé ce souhait en avril 2024, à la suite des recommandations de l'étude sur le marché de la vente au détail de l'essence au Québec réalisée par Robert Clark, professeur d'économie à Queen's University.

Pour notre association, cette proposition témoigne d'une analyse à court terme qui fait fit de l'expérience historique. De plus, cela nuira à la concurrence et à la vitalité de nos régions. Cela témoigne d'une incompréhension de ce secteur d'activité, dans lequel la concurrence apportée par les détaillants propriétaires indépendants permet à la fois des bas prix et une disponibilité du service à l'échelle du Québec. À terme, comme le prédit [1] Pierre-Olivier Pineau, professeur à HEC Montréal, et titulaire de la Chaire de gestion du secteur de l'énergie, nous regretterons cette stratégie parce que nous aurons moins de concurrents et une plus grande concentration du marché au sein des stations-service qui auront perduré.

Près de 1000 stations-service indépendantes subiront une énorme pression face aux grandes multinationales qui pourront orienter leur modèle d'affaires avec un prix d'appel (loss leader) afin d'accentuer leur monopole dans le marché.

Nos différents paliers de gouvernement peuvent favoriser la concurrence dans notre secteur, mais également y nuire avec des orientations à courte vue. Il suffit de la fermeture d'un commerce de services dans des villages pour accroître rapidement la dévitalisation de celui-ci alors que la population se dirigera vers des milieux urbains. Tout changement à l'environnement d'affaires des détaillants en alimentation, qui sont souvent le dernier commerce offrant des denrées et des services essentiels, doit être considéré avant tout dans l'optique du service au citoyen.

Par nos interventions et notre souci de collaborer avec l'ensemble des parties prenantes, notre Association poursuivra ses représentations pour que la réalité des détaillants soit considérée.

[1] <https://ici.radio-canada.ca/info/breve/12570/prix-plancher-essence-quebec>

BUDGET DU QUÉBEC 2025-2026 ▾

Normalement, le printemps rime avec la présentation de deux budgets, soit celui du gouvernement du Québec et celui du gouvernement fédéral. Ce printemps, seul le ministre des Finances du Québec a eu l'occasion de présenter son budget, alors que le parlement fédéral était suspendu le temps d'une élection et de la formation du nouveau conseil des ministres formé par le premier ministre Mark Carney. Dans ce contexte, Ottawa prévoit un budget en octobre 2025.

Voici ce qu'il faut retenir du budget du Québec 2025-2026 présenté le 25 mars dernier.

Sans surprise, ce budget se caractérise par l'incertitude économique des dernières semaines, un retour de l'équilibre budgétaire à l'exercice financier 2029-2030 et un déficit budgétaire de 13,6 G\$. Concrètement, cela se matérialise par des investissements totalisant 12,3 G\$ d'ici 5 ans pour soutenir la création de richesse.

Selon les projections, les effets des tarifs douaniers seraient en moyenne équivalents à 10 % et ils pourraient être en place pour une période transitoire d'environ 2 ans.

Dans ce budget, le gouvernement prévoit des sommes de 225 M\$ en 2025-2026 et en 2026-2027 et plus de 1,0 G\$ sur 5 ans en prévision de la prochaine politique bioalimentaire du ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne. Ce sera l'occasion pour l'ADA de faire la promotion des orientations des détaillants, notamment en matière d'autonomie alimentaire.

DES SERVICES ALIMENTAIRES

FONDS RÉGIONS ET RURALITÉ (VOLET COMMERCE DE PROXIMITÉ) ▾

Aucune nouvelle somme n'est allouée aux Fonds régions et ruralité qui gère le volet commerces de proximité dont nous avons fait la promotion au cours des derniers mois. Les sommes de 50 M\$ annoncées lors du dernier budget devraient être dépensées au courant du prochain exercice financier. Il s'agit d'une mesure phare de l'ADA pour le développement des détaillants en alimentation. Le 23 avril dernier, nous avons eu l'opportunité d'en discuter avec la ministre des Affaires municipales, Andrée Laforest, et de lui mentionner que cette mesure est essentielle pour notre secteur. La bonification de l'enveloppe budgétaire serait souhaitable pour le prochain budget, qui sera le dernier avant les prochaines élections provinciales.



LUTTE CONTRE LA CRIMINALITÉ ▾

Une enveloppe de 119 M\$ sur 5 ans sera allouée pour mettre en place la Stratégie québécoise de lutte contre la criminalité. Nous avons eu l'occasion de sensibiliser le cabinet du ministre de la Sécurité publique, François Bonardel, à l'importance d'y inclure des mesures pour contrer le fléau des réseaux organisés de vol à l'étalage qui prennent une ampleur inquiétante.

CONTREBANDE ▾

Le budget du programme Accès tabac, qui vise à lutter contre la contrebande avec une équipe de 150 personnes, dont 90 policiers, est maintenu. Cette mesure vise à lutter contre les contrebandiers.

EN VRAC ▾

Le budget prévoit une bonification du financement de l'organisme Banques alimentaires du Québec de 15,5 M\$ dans un contexte où les besoins sont grandissants.

En outre, un plan PME est mis en place avec une enveloppe de 42,3 M\$ pour 3 ans.

Un nouveau crédit d'impôt pour la recherche, l'innovation et la commercialisation (CRIC) permettra d'offrir un soutien financier additionnel totalisant plus de 271 M\$ sur 5 ans aux entreprises.



ÉLECTIONS FÉDÉRALES ▾

Les élections fédérales, teintées par le contexte de guerre tarifaire avec les États-Unis, ont été déclenchées le 23 mars dernier. Au terme d'une courte campagne de 36 jours, le minimum permis par Élections Canada, les électeurs canadiens ont fait leur choix avec l'élection de Mark Carney qui occupait le siège de premier ministre depuis sa nomination comme chef du parti libéral le 14 mars.

La campagne électorale a été grandement marquée par le contexte géopolitique. Malgré cette situation sans précédent, l'ADA a fait part de son cahier de propositions. La mobilisation des détaillants situés aux quatre coins du Québec a également été sollicitée afin de partager les principales priorités du secteur aux futurs élus locaux. Nous avons ciblé trois principales demandes, soit :

CARTES DE CRÉDIT

Diminuer les frais d'interchange de cartes de crédit payés par les détaillants en alimentation

TECHNOLOGIE

Créer un programme spécifique d'automatisation pour les magasins d'alimentation

MAIN D'ŒUVRE

Incentif financier pour les travailleurs d'expérience et assouplissements au Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET)

L'agenda du gouvernement se veut très chargé à l'annonce de cette nouvelle législature. Après le discours du Trône prononcé par le monarque britannique le 27 mai, le sommet du G7 se tiendra du 15 au 17 juin en Alberta.

Le 13 mai dernier, le premier ministre Carney a dévoilé la composition de son Conseil des ministres paritaire formé de 28 membres et de 10 secrétaires d'État qui soutiendront l'équipe. Les nouveaux venus ainsi que les changements de responsabilités illustrent que le gouvernement souhaite rompre avec l'ère Trudeau. Voici les ministres d'intérêt pour notre secteur :

Heath MacDonald | I-P-É | Ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire

François-Philippe Champagne | QC | Ministre des Finances et du Revenu national

Mélanie Joly | QC | Ministre de l'Industrie et ministre responsable de Développement économique Canada pour les régions du Québec

Lena Metlege Diab | N-É | Ministre de l'Immigration, des Réfugiés et de la Citoyenneté

Julie Dabrusin | ON | Ministre de l'Environnement et du Changement climatique

Patty Hajdu | ON | Ministre de l'Emploi et des Familles et ministre responsable de l'Agence fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario

Au cours des prochaines semaines, nous aurons l'occasion de présenter notre industrie et nos orientations aux nouveaux élus.



AU COURS DES DERNIERS MOIS, LE DOSSIER DE L'ALCOOL FUT DISCUTÉ À DIFFÉRENTS NIVEAUX À L'ADA.

AGENCES SAQ - UNE MOBILISATION BIEN ENTAMÉE ▾

Nous avons poursuivi nos démarches afin de répondre à plusieurs enjeux soulevés sur le terrain par les opérateurs d'Agence SAQ. D'abord, deux rencontres ont eu lieu avec l'équipe de la SAQ pour aborder notamment la gestion des pages Google et le droit à l'image qui ne répondait pas aux attentes de certains membres ayant soulevé des inexactitudes dans l'information mise en ligne à propos de leur commerce. Les échanges ont mené à des engagements concrets de la part de la SAQ en matière de mise à jour des informations et d'accompagnement des gestionnaires.

Parallèlement, un questionnaire a été lancé afin de dresser un portrait clair des coûts d'exploitation des agences, dans un contexte économique de plus en plus difficile. Grâce à ces données, nous souhaitons poursuivre notre mobilisation pour défendre les intérêts des agences et appuyer leurs revendications avec des données probantes.

Selon l'information partagée par plusieurs détaillants, nous avons également été désagréablement surpris de constater que la nouvelle politique d'approvisionnement mise en place par la SAQ ce printemps a engendré des pertes considérables de ventes dans le réseau des Agences. Malheureusement, plusieurs produits ne sont plus disponibles chez les agences selon les nouveaux critères établis.

Toutefois, en date du 29 mai, la SAQ a avisé les Agences qu'une nouvelle liste de produits est disponible. Dans les prochains jours, nous devons valider avec des opérateurs pour s'assurer que les ajouts permettent de répondre au besoin de la clientèle. Souhaitons que celle-ci puisse permettre de favoriser les ventes, alors que les détaillants ont subi des pertes considérables pendant cette période.

Comme opérateurs chevronnés de leur commerce, les détaillants connaissent les habitudes de consommation de leurs clients et s'ajustent selon leurs besoins. Cette offre de produits différenciée, outre les produits d'alcool, constitue leur signature et leur avantage concurrentiel.

Concrètement, dans un contexte où les revenus de la société d'État sont en baisse en raison d'un changement d'habitude de consommation des Québécois, il est primordial de veiller à favoriser la mise en marché des produits dans les 423 Agences SAQ. Ce créneau, en croissance contrairement à d'autres, permet aux consommateurs d'avoir un accès aux produits de la SAQ tout en générant des redevances significatives à l'État.

DE NOUVELLES AGENCES ET UN NOUVEAU CONCEPT DE MINI-AGENCES ▾

Le 11 mars dernier, la SAQ a annoncé son intention d'ouvrir 34 nouvelles agences SAQ, principalement dans l'est du Québec. Depuis, les appels d'offres ont été lancés et se complèteront d'ici la fin de l'été. Selon nous, l'ouverture de nouveaux sites démontre que le modèle des Agences SAQ fonctionne et est rentable pour la société d'État. Cela illustre la confiance de l'institution envers la qualité du service que les opérateurs d'Agences offrent.

Par la même occasion, la SAQ a annoncé un nouveau modèle grâce à l'apparition de mini-agences SAQ en milieu urbain afin de compléter l'offre de services. Elles proposeront une trentaine de produits de dépannage (prêts-à-boire, vins et spiritueux). Cinq projets pilotes sont prévus d'ici le début de l'été 2025. L'objectif est d'en ouvrir une centaine d'ici la fin de 2026.

Pour notre part, nous sommes persuadés que les détaillants propriétaires sont les meilleurs partenaires de la société d'État pour mettre en marché leurs produits et répondre aux besoins de leur clientèle. Nous nous questionnons toutefois sur l'opérationnalisation de cette mesure. Nous avons eu la chance d'en discuter en amont avec les représentants de la SAQ.

Comment déterminer des critères d'octroi objectifs de mini-agences SAQ dans des milieux densément peuplés où quatre ou cinq titulaires de permis d'épicerie sont présents? Pourquoi ne pas ouvrir cette possibilité à tous les détaillants des secteurs concernés qui répondent aux critères au même titre que les autres produits d'alcool disponibles en magasin?

COMITÉ ALCOOLS ▾

Un nouveau comité Alcool a été mis en place au courant du printemps. Formé de différents détaillants, l'objectif est d'identifier les prochaines orientations de notre secteur en matière d'alcool. Les détaillants sont les mieux placés pour identifier les opportunités de développement pour l'ensemble de l'industrie. Nous sommes persuadés qu'il est souhaitable d'ouvrir la porte à une vraie mise en marché des alcools québécois, notamment afin de favoriser les produits d'exception de nos producteurs québécois.



CONSIGNE ▾

La deuxième phase de l'élargissement de la consigne est en vigueur depuis le 1^{er} mars 2025. Si pour quelques détaillants la gestion du changement s'est bien déroulée, le défi demeure pour la majorité. Chose certaine, tous les détaillants visés ont travaillé d'arrache-pied afin d'assurer une transition harmonieuse.

Alors que le déploiement du réseau de centres de retour Consignation était stoppé depuis le début de l'année en raison des problèmes de financement de l'organisation, Consignation a réussi à trouver de nouvelles sources de financement au courant du printemps. Ces retards ont fait planer de l'incertitude chez plusieurs détaillants qui peinent à suffire à la demande avec un accroissement de volume substantiel depuis le 1^{er} mars. Malgré ce retard malencontreux, il est rassurant de constater que le ministre de l'Environnement a ajouté des objectifs d'ouverture de centres de retour à l'organisme de gestion désigné. En effet, selon la réglementation, Consignation devra ouvrir 400 centres d'ici mars 2027, dont 100 d'ici le mois de septembre 2025. Ces centres permettront une gestion efficace du volume et une expérience client qui répondra aux attentes des usagers en permettant de parvenir à l'objectif de récupération du gouvernement.

Il est toutefois préoccupant que l'OGD minimise dès le départ les chances d'atteindre l'objectif fixé pour le mois de septembre alors que Consignation en est imputable.

Pour sa part, malgré quelques ajustements logistiques, le déploiement des kiosques situés chez des détaillants (Zone Consignation) s'est amorcé depuis le mois de février. Il se poursuivra au courant des prochains mois pour atteindre un total d'environ 200 kiosques répartis dans les régions du Québec.

Pour les autres détaillants visés, nous espérons que la reprise des travaux d'ouverture de centres Consignation permettra d'ouvrir rapidement des installations qui permettront de désengorger les opérations saturées des détaillants dans les zones à fort volume.

Cet été, nous serons donc attentifs au déploiement du réseau ainsi qu'à la capacité de collecte des récupérateurs qui sera essentielle pour la fluidité du réseau qui devient saturé à l'occasion des vacances estivales.

CONSIGNE MODERNISÉE : UN BILAN PRÉOCCUPANT DEUX MOIS APRÈS LA PHASE 2 ▾

Deux mois après l'entrée en vigueur de la deuxième phase de la modernisation de la consigne, l'ADA et le CCCD ont sollicité les détaillants afin d'obtenir un portrait de la situation.

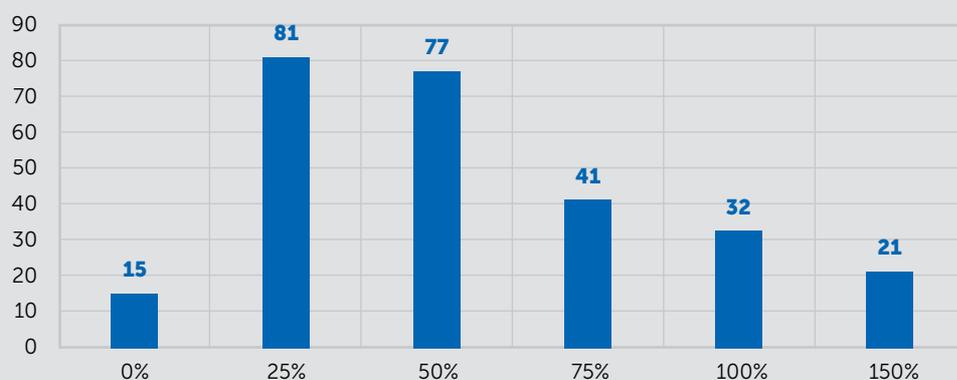
En voici les grandes lignes :

Parmi les 274 marchands répondants, 94 % sont visés par une obligation de reprise des contenants consignés.

Seuls 28 % ont un lieu de retour Consignation dans leur municipalité.

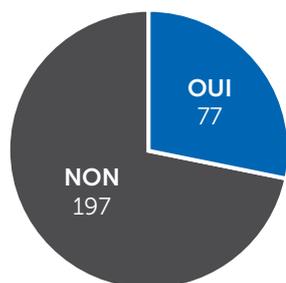
Les augmentations de volume de contenants consignés se situent entre 0 % et 990 %. En retirant les quelques marchands (21) qui ont des augmentations supérieures à 150 %, la moyenne d'augmentation de volume des contenants consignés est de 37 %.

Depuis le 1^{er} mars 2025, selon vous, quelle est l'augmentation du volume de contenants consignés observée dans votre commerce?

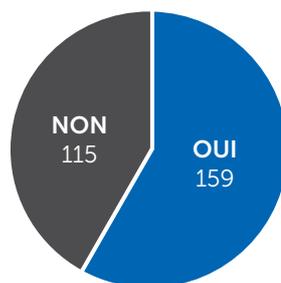


Sans surprise, seulement 28% des détaillants répondants ont un lieu de retour Consignation en opération dans leur ville. Cela ne signifie pas qu'ils y ont été regroupés, comme ils doivent se trouver dans le rayon réglementaire prévu au règlement pour cesser la reprise des contenants.

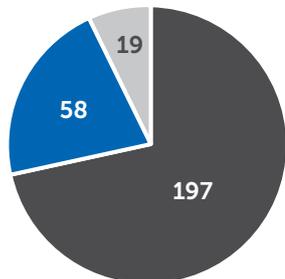
Est-ce qu'un lieu de retour Consignation est ouvert dans votre ville actuellement?



Depuis le 1^{er} mars 2025, diriez-vous que vos machines brisent plus qu'avant?



Diriez-vous que cette fréquence de collecte est :



- La même qu'avant le 1^{er} mars...
- En augmentation par rapport...
- En diminution par rapport à la...

Avec une augmentation moyenne de 39 % des contenants consignés rapportés et 72 % des marchands qui ont une fréquence collecte identique à celle d'avant le 1^{er} mars, plusieurs marchands indiquent que leurs entrepôts débordent.

« Nous devons par moment cesser la collecte, car nous avons une trop grosse accumulation dans l'entrepôt qui cause des problèmes de SST. »

« Nous aimerions beaucoup avoir un lieu de retour de consignés à proximité, car l'entrepôt est limité dans l'espace et nous devons même les entreposer dans une cage barrée à l'extérieur et ça attire la vermine l'été. »

Les trois principales préoccupations des marchands sont l'accroissement du volume avec l'été qui arrive, l'ouverture des lieux de retour Consignation et la salubrité des contenants.



RAPPORT DUFOUR – RENFORCER LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL ▾

Le 20 mai dernier, le gouvernement du Québec a déposé le rapport *Renforcer le développement économique local* rédigé par le député d'Abitibi-Est et adjoint parlementaire de la ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, M. Pierre Dufour, en collaboration avec la firme MCE Conseils.

Le rapport sur l'accompagnement et le financement des PME en région dresse un portrait de l'écosystème de soutien économique local au Québec. Il présente le rôle des organisations de développement économique, qui comptent plus de 600 conseillers à travers les MRC pour accompagner les entreprises. En 2022 seulement, environ 211 M\$ ont été investis dans plus de 6 000 projets, contribuant au maintien ou à la création de 16 724 emplois. Malgré cette performance, le rapport souligne entre autres la lourdeur de la reddition de comptes et un manque d'uniformité dans l'offre de services. Le programme Accès entreprise Québec (AEQ), bien accueilli par le réseau, a permis d'augmenter leur capacité d'action, bien que sa visibilité demeure faible auprès des entreprises.

Pour les détaillants, souvent confrontés à peu de financement gouvernemental en support à leurs opérations (recrutement, innovation, intelligence artificielle, etc.), ce rapport propose des pistes d'amélioration claires, dont : une meilleure harmonisation des programmes, une offre de services plus agile et l'élargissement de l'appui aux entreprises en redressement ou en démarrage. On mentionne l'importance de combiner financement et services-conseils, de mutualiser certaines expertises en région (comme en transformation numérique ou en intelligence artificielle), et de bonifier les ressources spécialisées. Bref, un appel à renforcer un réseau de proximité déjà performant pour mieux soutenir l'entrepreneuriat local. Quant à l'ADA, nous continuerons de militer pour davantage de sommes pour les détaillants en alimentation situés en région, qui sont souvent le dernier commerce de proximité de la municipalité.

Source : Rapport - Étude d'impact et recensement des bonnes pratiques en accompagnement et financement offerts aux petites et moyennes entreprises en région, 2004.

À LA MÉMOIRE DE

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



DANIEL LECAVALIER
1956-2025

C'est avec émotion que nous rendons hommage à Daniel Lecavalier, décédé le 11 mars 2025. Son départ marque une perte importante pour nous tous. Pilier du commerce de proximité au Québec, il a consacré sa carrière à l'essor des dépanneurs, restant fidèle à Bonisoir et à la famille Hudon et Deaudelin, qu'il considérait comme la sienne. Visionnaire et déterminé, il a traversé les grandes transformations de l'industrie sans jamais se décourager, affrontant crises économiques, changements réglementaires et modernisation avec résilience. Son engagement indéfectible et sa passion pour son métier lui ont permis de bâtir un véritable héritage, tant pour sa famille que pour le secteur.

Nos pensées accompagnent sa famille et ses proches.



YVES LABRECQUE
1951-2025

C'est avec une profonde tristesse que nous soulignons le décès de M. Yves Labrecque, survenu le 6 avril 2025 à l'âge de 73 ans.

Homme de terrain, de cœur et de vision, Yves a marqué le secteur de l'alimentation au Québec par son engagement indéfectible. Il a notamment travaillé pour Sealtest avant de rejoindre le Groupe GP. Il a siégé au conseil d'administration de l'ADA de 2004 à 2009, s'impliquant activement dans les dossiers de commercialisation locale, on lui doit aussi d'être le premier à avoir alerté l'ADA sur l'énorme enjeu des frais de transaction. Yves s'est également révélé comme administrateur de SIAL Canada, c'est à cette époque que l'entreprise a pris la judicieuse décision de s'implanter à Toronto en alternance avec Montréal.

Respecté pour sa rigueur, son humanité et son sens du collectif, Yves laisse une empreinte durable auprès de tous ceux qui ont eu la chance de le côtoyer. Nous saluons sa mémoire et offrons nos plus sincères condoléances à sa famille et ses proches.

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

Écrivez-nous à : communication@adaq.qc.ca

Vous appréciez notre travail?

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

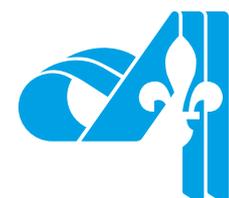


CONTACTEZ-NOUS

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

COORDONNÉES

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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

LE RAPPORT

INDICE DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE : UN REGAIN DE CONFIANCE QUI EN DIT LONG

L'équipe de l'Université Dalhousie vient de publier son plus récent Indice de consommation alimentaire, une étude bisannuelle qui mesure les habitudes et les perceptions des consommateurs d'un océan à l'autre. On y apprend que malgré l'inflation et la pression constante sur le prix des aliments, la confiance envers l'industrie alimentaire est en hausse, ce qui est une bonne nouvelle.

Plus précisément, ce sont les détaillants indépendants, surtout au Québec, qui enregistrent les gains les plus significatifs. Dans un contexte où les grandes chaînes occupent beaucoup d'espace médiatique, les consommateurs redécouvrent la valeur des marchands de proximité.

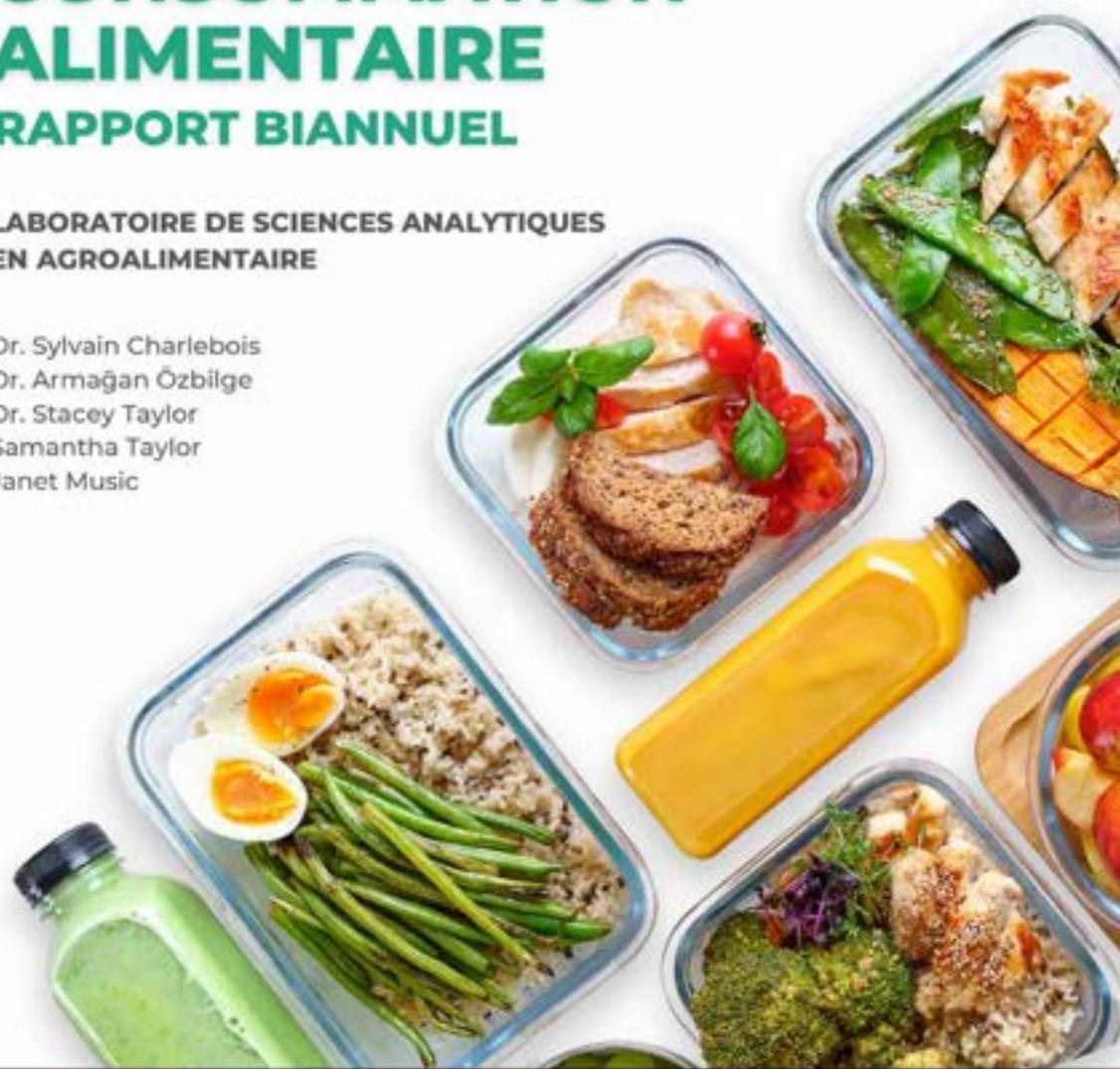


VOLUME 1, NUMÉRO 2: MAI 2025

INDICE DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE RAPPORT BIANNUEL

LABORATOIRE DE SCIENCES ANALYTIQUES
EN AGROALIMENTAIRE

Dr. Sylvain Charlebois
Dr. Armağan Özbilge
Dr. Stacey Taylor
Samantha Taylor
Janet Music



Avec la contribution de  CADDLE

FIGURE 5:
Ventes alimentaires (détail et service) par capita
de janvier 2024 à Janvier 2025⁷



LES INDÉPENDANTS GAGNENT DU TERRAIN

La confiance des consommateurs a augmenté envers toutes les institutions alimentaires entre l'automne 2024 et le printemps 2025, le plus grand gain ayant été observé envers les épiciers indépendants.

Ces résultats sont cohérents avec ce que nous observons sur le terrain. Les gens s'intéressent de plus en plus à l'achat local, posent des questions sur la provenance des produits, veulent connaître les entreprises derrière les produits. Cette relation de confiance repose sur la transparence, le service humain, la constance — des forces qui distinguent les détaillants indépendants.

FIGURE 9:
À quelle fréquence choisissez-vous des aliments locaux plutôt que non locaux?

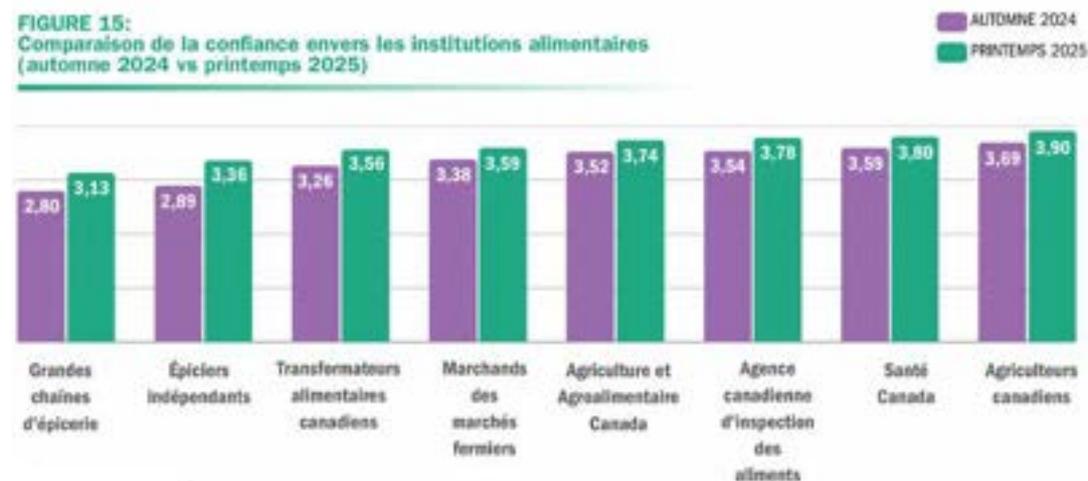


DES CHOIX PLUS RÉFLÉCHIS, PLUS LOCAUX

Parmi les répondants, 10 % choisissent des aliments locaux plus souvent qu'il y a 6 mois, portant le total à 43,5 % qui font désormais les choix «toujours» ou «souvent». Le contexte géopolitique des derniers mois a sans doute influencé ces résultats. Il sera intéressant d'en faire la comparaison dans la prochaine mise à jour de la consultation.

L'étude souligne aussi que les habitudes d'achat changent. Les consommateurs dépensent moins, mais font des choix plus réfléchis. On observe une croissance des marques maison, une meilleure planification des repas, et une attention accrue à la valeur réelle des produits. L'utilisation des coupons est en baisse, mais les gens comparent davantage et ajustent leurs achats en fonction de ce qui correspond à leur budget.

FIGURE 15:
Comparaison de la confiance envers les institutions alimentaires (automne 2024 vs printemps 2025)



LA CONFIANCE : UN ATOUT QUE LES INDÉPENDANTS CULTIVENT

Les consommateurs dépensent moins en nourriture par personne aujourd'hui qu'il y a un an.

Dans ce contexte, la confiance devient un facteur clé. Le coût n'est pas la seule motivation des consommateurs : ils cherchent des commerçants fiables, accessibles, qui comprennent leur réalité. Il s'agit d'un des avantages indéniables qu'offrent les détaillants-proprétaires.

Cette étude nous révèle que le savoir-faire des détaillants-proprétaires, ancré dans leurs commerces grâce à une main-d'œuvre mobilisée, se reflète dans la perception des consommateurs. Le savoir-faire, la proximité et l'engagement dans la communauté font une différence dans l'expérience client. Bien que nous ne puissions rien tenir pour acquis, les principales conclusions sont encourageantes; c'est une belle reconnaissance pour tous nos détaillants.



La contrebande de cigarettes : un fléau pour le détail alimentaire

La récente condamnation d'un récidiviste de la contrebande de cigarettes en Estrie rappelle une réalité troublante : ce commerce illégal continue de causer un tort énorme aux détaillants en alimentation du Québec. Alors que le gouvernement réprime les réseaux de distribution clandestins, les marchands de proximité, eux, subissent de plein fouet les conséquences de cette concurrence déloyale.

Un marché noir qui pénalise les commerces légitimes

Avec plus de 50000 cigarettes de contrebande saisies depuis 2022 et plusieurs condamnations à son actif, Richard Fortier n'est qu'un exemple parmi tant d'autres. Derrière chaque transaction illégale se cache un manque à gagner considérable pour l'État, mais surtout pour les détaillants en alimentation qui vendent ces produits de manière réglementée et taxée. La contrebande de tabac représente près de 30 % du marché au Québec, selon certaines estimations, ce qui signifie que les marchands de détail perdent des milliers de clients au profit de sources illicites.

Des répercussions économiques et sociales majeures

Les détaillants de tabac légitimes, qui respectent scrupuleusement les lois et règlements, sont directement affectés par la vente de cigarettes illicites. Moins de ventes signifient des marges réduites et des difficultés accrues pour les commerces de proximité qui doivent composer avec une concurrence injuste. En plus des pertes financières, la contrebande alimente également un réseau criminel qui nuit à la sécurité des communautés et fragilise l'économie locale.

Une responsabilité partagée pour contrer le phénomène

Face à cette situation, l'ADA rappelle l'importance de renforcer les contrôles et les sanctions contre les trafiquants de tabac, mais aussi de sensibiliser les consommateurs aux conséquences de leurs achats. Chaque cigarette achetée en dehors des circuits officiels prive non seulement le gouvernement de revenus essentiels pour financer les services publics, mais met aussi en péril la survie des commerces de proximité.



Heures d'ouverture : Fête du Québec et du Canada!

Conformément à la Loi sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux, les commerces d'alimentation de plus de 375 m² de surface de vente seront fermés ce mardi 24 juin lors de la Saint-Jean-Baptiste. Pour les petites surfaces, celles-ci peuvent ouvrir sans restriction.

Pour le 1^{er} juillet, jour de la fête du Canada, les heures régulières d'opération s'appliquent sans restriction particulière.

Pour plus d'information sur les heures d'ouverture, rendez-vous sur le site du ministère de l'Économie et de l'Innovation [ici](#).



Les détaillants en alimentation jouent un rôle crucial dans la lutte contre la contrebande de cigarettes. En continuant d'exiger des mesures plus strictes et en s'assurant que leurs propres ventes respectent les normes, ils contribuent à assainir le marché et à protéger l'intégrité de leur secteur.

L'ADA demeure aux côtés des détaillants pour les accompagner et interpeller les instances gouvernementales afin d'assurer un commerce plus équitable pour tous.

Source : Contrebandier récidiviste : la prison pour des cigarettes achetées à Kahnawake | JDM



10^e anniversaire du concours *Les aliments du Québec dans mon panier!*

Dix ans de fierté, de rayonnement local et d'initiatives inspirantes

En 2025, le concours *Les aliments du Québec dans mon panier!* célèbre sa 10^e édition. Depuis une décennie, ce rendez-vous incontournable met en lumière des partenariats innovants entre détaillants et fournisseurs d'ici, qui s'unissent pour faire briller les produits québécois dans nos commerces.

Formez le duo parfait

Vous êtes détaillant ou fournisseur? Formez le duo gagnant de cette 10^e édition en sélectionnant un produit vérifié par Aliments du Québec, en développant une mise en marché originale et en mettant en valeur votre collaboration pour faire rayonner le savoir-faire local.

Des prix qui font rayonner votre projet

Chaque année, les participants nous le confirment: les prix remis aux gagnants ont un impact concret sur leur visibilité, leur rentabilité et la portée de leur partenariat. Voici ce que les lauréats recevront:

- 7 000\$ en publicité dans la région du détaillant;
- Une capsule à *TVA en Mouvement*;
- Une vidéo professionnelle de deux minutes;
- Une parution sur le site de *La Presse*;
- Un trophée remis lors du Congrès annuel de l'ADA;
- **NOUVEAUTÉ 2025:** un kiosque pour les fournisseurs gagnants au 62^e tournoi de golf de l'ADA – une vitrine idéale pour tisser des liens et faire connaître vos produits à l'industrie.

Les catégories

- Commerce de proximité (moins de 10 000 pi²);
- Grande surface (10 000 pi² et plus);
- Produit régional;
- Vote du public (automatique pour tous).

Le vote du public revient pour une 6^e année. Les consommateurs pourront voter pour leur projet préféré – et courir la chance de remporter l'un des cinq prix de 1 000\$ de produits d'ici.

Dates à retenir

- **15 mai 2025:** Lancement du concours et début des inscriptions
- **4 au 24 août 2025:** Période du concours
- **25 août 2025:** Envoi du bilan des activités aux participants
- **5 septembre 2025:** Date limite pour remettre votre bilan complété
- **21 novembre 2025:** Soirée de remise des prix au Congrès de l'ADA

Mettez votre projet en valeur

Faites rayonner votre partenariat grâce à:

- Une stratégie de communication: réseaux sociaux, affichage, dégustations, animations;
- L'envoi rapide de vos photos et vidéos à l'ADA pour alimenter votre fiche sur le site concoursalimentsduquebec.com;
- Un bilan complet à la fin du concours, incluant des photos.

Points bonis

- Affichage du logo Aliments du Québec (le nouveau visuel est encouragé);
- Augmentation des ventes du produit;
- Originalité, efficacité d'exécution, ancrage régional.

Prêt à participer à cette édition anniversaire?

1. Trouvez un produit vérifié par Aliments du Québec;
2. Remplissez la fiche d'inscription;
3. Envoyez le tout à sarchambault@adaq.qc.ca.

Faites partie de cette édition spéciale et contribuez à faire rayonner plus fort que jamais les aliments du Québec... dans tous les paniers!

Consultez le site du concours pour plus d'informations



Guide complet du détaillant



Guide complet du fournisseur



Immigration : est-il encore possible de recruter des travailleurs étrangers temporaires au Québec?

Depuis l'automne 2024, le Québec a introduit plusieurs mesures restrictives en matière d'immigration temporaire, suscitant des inquiétudes parmi les entreprises locales. Hausse du salaire médian de référence, gel de certains programmes de permis de travail et de résidence permanente, et restriction des possibilités de regroupement familial : ces mesures ont des répercussions importantes. Pourtant, la main-d'œuvre temporaire est une ressource précieuse pour de nombreux détaillants en alimentation. Dans ce contexte, quelles sont les possibilités pour continuer à recruter des travailleurs étrangers temporaires?



Nos services

Notre service d'accompagnement est clés en main : nous nous chargeons de l'ensemble des formulaires d'immigration, autant la préparation des documents requis que les communications avec les autorités, tant pour la partie employeur qu'employé.

Nous veillons également à établir la meilleure stratégie afin d'améliorer les chances de sélection de vos talents étrangers, tout en assurant un contrôle des coûts et des délais.

Études d'impact sur le marché du travail (EIMT)

Permis de travail soumis ou non à une EIMT

Formation des équipes en ressources humaines

Audits de conformité

Assistance au format questions-réponses

Les règles de base de l'immigration temporaire

Pour recruter un travailleur étranger, un employeur doit prouver qu'il n'a pas trouvé de candidat localement, au moyen d'une demande d'Étude d'impact sur le marché du travail (EIMT) et d'un certificat d'acceptation du Québec (CAQ). Au Québec, si le poste est rémunéré moins de 32,96 \$ par heure, il sera considéré comme à «bas salaire», et à «haut salaire» pour une rémunération supérieure.

Une fois ces démarches complétées, le travailleur peut présenter sa demande de permis de travail, généralement valide de 12 à 36 mois.

Certains programmes de permis de travail sont toutefois dispensés d'EIMT. L'employeur doit alors déclarer les conditions d'emploi du travailleur étranger, pour que ce dernier puisse présenter sa demande de permis de travail.



Alternatives pour les entreprises

Face à ces restrictions, plusieurs options peuvent être envisagées, comme réaffecter les travailleurs dans des RMR où les restrictions ne s'appliquent pas, ou augmenter les salaires pour passer dans la catégorie des postes à hauts salaires.

De manière plus réaliste, les programmes dispensés d'EIMT sont une option intéressante. Le programme Expérience internationale Canada (EIC) permet notamment de recruter des travailleurs de 36 nationalités éligibles, grâce à des démarches facilitantes, avec des permis de 12 à 24 mois. Les travailleurs étrangers temporaires déjà présents au Canada, notamment ceux ayant entamé des démarches de résidence permanente, peuvent également être une source de recrutement. Les détenteurs d'un certificat de sélection du Québec (CSQ) peuvent obtenir des permis de travail dispensés d'EIMT.

Penser immigration à moyen et long terme

Adopter une stratégie d'immigration à moyen et long terme peut s'avérer efficace pour faire face à ces mesures restrictives. Encourager ses travailleurs vers la résidence permanente permet de s'affranchir des enjeux de renouvellement de permis de travail, tout en favorisant la rétention.

Les postes à «bas salaires» : les plus visés par les mesures

Depuis le 3 septembre 2024, et jusqu'au 30 novembre 2025*, les demandes d'EIMT pour des postes à bas salaires dans la région de Montréal et de Laval ne sont plus traitées, y compris pour les renouvellements de permis de travail.

Ailleurs au Québec, si le taux de chômage dans la région métropolitaine de recensement (RMR) du lieu d'emploi est supérieur à 6 %, les demandes d'EIMT/CAQ pour des postes à bas salaires ne sont pas traitées. Si le taux de chômage est inférieur à 6 %, les demandes sont traitées, mais la durée maximum du permis de travail est de 12 mois.

**La mesure pourrait être prolongée au-delà du 30 novembre 2025*

Les professionnels en immigration : vos alliés indispensables

Dans le contexte actuel de restriction de l'immigration, les professionnels qualifiés sont vos meilleurs alliés. Ces derniers vous accompagnent dans l'identification des solutions les plus réalistes, et les moins coûteuses, pour embaucher et retenir les travailleurs étrangers temporaires, tout en garantissant votre conformité aux exigences légales.

Grâce à l'entente conclue entre Immétis et l'ADA, vous avez la possibilité de recevoir une première consultation juridique sans frais. Certaines conditions s'appliquent.

IMMÉTIS
Cabinet d'avocats spécialisé
en immigration au Canada

immetis.com
info@immetis.com
+1 (514) 446-1940

Mutuelles de prévention : Devenez membre.

Avec nous, la SST peut être simple.

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

Simplifiez la SST :

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

Plus de 60 formations SST en ligne incluses.

Apprenez-en plus dès aujourd'hui.

telussante.com/mutuellesdeprevention | 1-800-565-4343



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

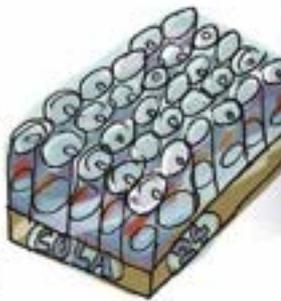
Voici un aperçu des développements de certains dossiers que nous menons et des nouvelles d'actualité liées à votre secteur d'activités. N'hésitez pas à nous contacter pour toute information supplémentaire ou encore pour nous transmettre des renseignements qui nous permettraient de mieux documenter nos dossiers.

ENVIRONNEMENT

Hausse de la valeur de la consigne : Quand l'émotion dépasse la raison

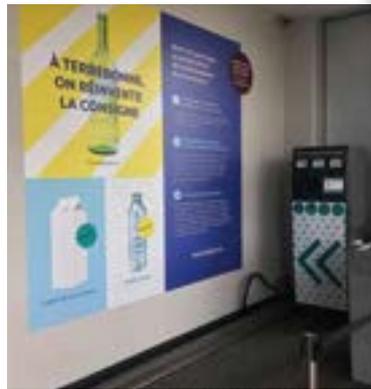
Pétitionnaire vouloir augmenter le taux de récupération des contenants consignés, le gouvernement du Québec a annoncé, en juin dernier, son intention de doubler la valeur de la consigne. Concrètement, le ministre du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs, Pierre Arcand, a confirmé que d'ici la fin de 2012 les contenants consignés passeront de 5 à 10 cents.

Alors que certains ont salué cette décision, plusieurs autres, comme l'ADA, sont plutôt déçus et perplexes de voir le gouvernement prendre un tel geste. Cette décision va certainement à l'encontre de la volonté du respect de l'environnement.



mais surtout qu'il pose le meilleur geste environnemental. En d'autres mots, la raison doit l'emporter sur l'émotion.

Actuellement, le consommateur est déjà pénalisé de plus de 20 millions de dollars en...



Chets n'est d'om- le pas rési- des

la sage ment par les plus en des
membres
plais-
sibles,
santion
déterminé
le sac
pour la
replacé

RECYCLAGE DES PRODUITS CONSIGNÉS

Les résultats d'un sondage réalisé en 2006 auprès de nos membres démontrent que les détaillants récupèrent beaucoup plus de contenants qu'ils n'en vendent. Certains de leurs compéteurs ne remplissent donc pas leurs obligations. Il y a également des problématiques récurrentes au niveau des services offerts par les récupérateurs. L'ADA sert fréquemment d'intermédiaire dans ces situations.

Juin 2007 - Nous avons dû communiquer avec le président-directeur général de Recycan, Gilles Malouin après que l'on nous ait rapporté diverses problématiques de service à l'approche de la haute période estivale :

- Bas-St-Laurent-Gaspésie / certains détaillants sans service depuis plus de 2 mois ;



UNE CONSIGNE QUI ÉVOLUE, UNE VOIX QUI DEMEURE

Parmi les nombreux dossiers que l'ADA a portés au fil des décennies, celui de la consigne illustre parfaitement son engagement constant à défendre les intérêts des détaillants-propriétaires.

Si les systèmes de consigne existent depuis longtemps, c'est en 1984 que le Québec impose officiellement la consigne sur les bouteilles de bière, puis sur les canettes en aluminium en 1989. Dès cette époque, l'ADA s'oppose à ce que les détaillants assument seuls la gestion du retour des contenants sans compensation adéquate. Ses interventions permettent d'obtenir une première reconnaissance des coûts pour les épiciers.

Au fil des années 2000, avec l'accroissement des pressions environnementales, l'ADA redouble d'efforts. Elle milite pour la mise en place de dépôts dédiés, demande l'augmentation des compensations et s'assure que les obligations imposées ne nuisent pas au bon fonctionnement des commerces alimentaires.

En 2020, le gouvernement annonce une réforme majeure du système pour inclure davantage de contenants. L'ADA intervient activement pour faire valoir les enjeux vécus en magasin : espace de stockage limité, préoccupations sanitaires, coûts logistiques. Ces représentations mènent à plusieurs ajustements importants, notamment sur le financement des équipements et les modalités de collecte.

Plus récemment, l'ADA a obtenu le report de deux matières problématiques pour les opérations des détaillants - le verre et le carton multicouche - dans le cadre de la deuxième phase de la modernisation prévue pour 2025.

Et aujourd'hui, alors que le nouveau système de consigne entre en vigueur, l'ADA continue de défendre des conditions justes et viables pour ses membres. Car pour qu'un système fonctionne, il doit reposer sur l'expertise, la mobilisation... et l'écoute du terrain.

Pro-Consigne Québec naît dans sa confusion!

Quelques jours après l'annonce du sauvetage in extremis de Recyc-Québec, le mouvement Pro-Consigne Québec a effectué une sortie publique pour réclamer l'institution d'une consigne sur les contenants de





70 ANS D'HISTOIRE ADA X SIAL CANADA : UN PARTENARIAT QUI FAÇONNE L'AVENIR DE L'ALIMENTATION

Ce rôle de pont entre les instances et les réalités du commerce se manifeste aussi dans les collaborations de l'ADA avec les grands rendez-vous de l'industrie. En 1962, l'ADA organisait le tout premier Super Salon de l'Alimentation au Palais du Commerce de Montréal, un événement fondateur qui a permis de rassembler producteurs, distributeurs et détaillants pour faire rayonner l'agroalimentaire d'ici.

En 2001, le Super Salon prend une nouvelle envergure et devient le pendant nord-américain du SIAL Paris. SIAL Canada voit alors le jour, fruit d'un partenariat entre l'ADA, le Groupe Export agroalimentaire Québec-Canada et Comexposium. Depuis 2010, le salon alterne chaque année entre Montréal et Toronto, pour mieux refléter l'ensemble du marché canadien.

Cette présence régulière à chaque édition montréalaise nous permet de mettre en valeur nos membres, de découvrir les tendances d'ici et d'ailleurs et de tisser des liens solides avec les acteurs clés de notre secteur. Que ce soit par notre kiosque collectif, nos prises de parole, les vitrines de produits ou les échanges sur le terrain, nous faisons vivre l'ADA au cœur de l'action.

À travers les dossiers essentiels ou les grands partenariats, l'ADA poursuit la mission qui l'anime depuis 70 ans : défendre les intérêts de ses membres avec rigueur, proximité et fierté. Parce que derrière chaque bannière, chaque enseigne et chaque commerce, il y a des gens passionnés qui méritent d'être entendus.





Une collaboration



GARDAWORLD
SÉCURITÉ

Saison estivale – Renforcez vos mesures de sécurité pour prévenir les pertes

Durant l'été, votre commerce accueille plus de clients et de personnel saisonnier. Si cette période offre de belles opportunités de croissance, elle s'accompagne aussi d'un risque accru de pertes liées aux vols à l'étalage, aux fraudes et aux vols internes. Pour protéger votre rentabilité, il est essentiel de renforcer vos mesures de sécurité. Marc-André Plaisance, directeur de la prévention des pertes chez GardaWorld Sécurité, vous partage trois conseils clés pour vous aider à prévenir ces pertes efficacement.

Conseil n° 1 » Sécurisez vos embauches avec une vérification pré-emploi

Réduisez les risques de fraude et de vol interne en procédant à une vérification approfondie des antécédents des candidats avant leur embauche.

Conseil n° 2 » Formez votre personnel à la prévention des pertes

Vos employés sont votre première ligne de défense contre le vol à l'étalage. Sensibilisez-les aux différentes menaces et donnez-leur les outils pour détecter et prévenir efficacement les pertes.

Conseil n° 3 » Prévenez les vols aux caisses libre-service

Un programme de formation adapté permet à votre personnel d'identifier et de contrer les fraudes aux caisses en libre-service, un point particulièrement vulnérable.



Programme ÉpiSécure dédié aux membres de l'ADA

En tant que membre de l'ADA, bénéficiez du programme ÉpiSécure, spécialement conçu pour vous aider à prévenir les pertes liées au vol et à la fraude, tant internes qu'externes.

ÉpiSécure représente un engagement fort envers la sécurité et la protection des actifs des membres de l'ADA, en offrant des solutions avancées et personnalisées pour répondre aux défis contemporains de la prévention des pertes.

Pour toute demande d'information, veuillez contacter:

Marc-André Plaisance »

Directeur de la prévention des pertes, GardaWorld Sécurité

514 409-4029

marc-andre.plaisance@garda.com » prevention@garda.com



Les forfaits

1	2	
Épicerie	Dépanneur	
250 \$ par mois*	165 \$ par mois*	
Un audit Une formation Douze visites	Un audit Douze visites	Inclus

*Prix basés sur une offre de service annuelle.

sommet de la prévention



Sommet de la prévention 2025 : une journée riche en échanges et en solutions concrètes

Le 11 février dernier, le Centre des congrès de Saint-Hyacinthe a accueilli la 2^e édition du Sommet de la prévention, un événement devenu incontournable pour les acteurs du secteur alimentaire. Cette journée a permis de rassembler détaillants, experts et partenaires autour d'un objectif commun : renforcer les pratiques de prévention en milieu de travail.

À travers des conférences captivantes et des panels d'experts, les participants ont eu l'occasion d'approfondir leurs connaissances sur des enjeux clés liés à la sécurité, à la gestion des employés et à l'application des lois et règlements.

Des discussions animées et des exemples concrets ont permis d'offrir des outils pratiques et de clarifier certaines zones grises auxquelles font face les employeurs au quotidien. Cette journée a également mis en lumière les meilleures stratégies pour prévenir les situations délicates et assurer une gestion proactive, toujours dans un cadre humain et respectueux.

Retour sur les moments forts du Sommet

Voici un aperçu des conférences et des panels qui ont marqué cette journée riche en apprentissages et en rencontres.

Prévenir et gérer le vol interne: les clés pour protéger ses actifs

La première conférence de la journée a permis de sensibiliser les participants sur les meilleures pratiques en matière de prévention et de gestion du vol interne, un défi majeur pour les détaillants alimentaires. Les intervenants, **Marc Lapointe**, directeur principal, sécurité et résilience, et **Me Robert Cardin**, directeur principal, affaires juridiques chez **Metro**, ont abordé plusieurs aspects clés, comme la distinction entre lieux publics et privés et les implications juridiques pour les magasins semi-publics. Ils ont également présenté les procédures à suivre pour traiter les allégations de vol interne, en insistant sur la qualification de l'allégation et la documentation rigoureuse. La conférence a porté sur les bonnes pratiques pour effectuer des interceptions de voleurs, tout en respectant les droits, ainsi que sur l'utilisation encadrée des caméras de surveillance et des technologies de reconnaissance faciale. Les intervenants ont aussi discuté de la prise en compte des facteurs atténuants dans les mesures disciplinaires envers les employés et de la gestion des situations de violence et d'incivilité dans les magasins. Ils ont partagé leur expertise pour aider les participants à relever ces défis de sécurité dans leurs établissements.



Panel: Enjeux et solutions face aux problèmes de vol dans les commerces



Les panélistes, **Marc-André Plaisance**, directeur Prévention des pertes chez **GardaWorld Sécurité**, **Michel Lefebvre**, propriétaire du **Provigo Michel Lefebvre**, et **Jade Forget Petit**, gestionnaire des **Dépanneurs Forget**, ont abordé la problématique du vol interne, soulignant une augmentation ces dernières années due aux pressions économiques. Les participants ont insisté sur l'importance d'avoir des politiques claires, de former les employés et d'impliquer toute l'équipe. Ils ont partagé des exemples de vols, comme le vol de cartes cadeaux ou de petites consommations, et discuté des procédures à suivre en cas de soupçon, recommandant de consulter des experts et de bien documenter les faits. L'utilisation des caméras et des systèmes de surveillance a été abordée, ainsi que les risques de collusion avec des fournisseurs. Les participants ont souligné la nécessité de la transparence, de la vigilance et de la séparation des tâches pour prévenir ce type de fraude.



« Pour voir toutes les photos de l'événement



Discipliner en toute équité : comment s'y prendre ?

Les avocates **Me Chloé Goyer** et **Me Émilie Harrison**, de **Therrien Couture Joli-Coeur**, ont expliqué l'importance d'une approche équitable et structurée dans la gestion disciplinaire. Elles ont abordé le droit de gérance de l'employeur et la distinction entre mesures administratives et disciplinaires. Les pouvoirs importants des tribunaux et des arbitres en cas de contestation ont été mentionnés, soulignant la nécessité de bien documenter le processus. Différents cas pratiques, notamment sur le savoir-être et la consommation d'alcool, ont illustré la complexité de certaines situations. L'enquête approfondie et l'analyse nuancée des facteurs atténuants et aggravants se sont révélées essentielles.



En conclusion, la conférence a permis de mieux comprendre les meilleures pratiques en gestion disciplinaire, dans le but d'éviter les pièges et d'assurer un processus équitable et efficace.



Démystifier les normes du travail : bien appliquer vos droits et obligations en tant qu'employeurs

Maria Amalia Morales, conseillère en prévention et coordonnatrice du service de la prévention à la **CNESST**, a présenté le rôle de la CNESST dans la promotion des droits et obligations en matière de travail. Elle a ensuite rappelé les principes fondamentaux de la Loi sur les normes du travail, les droits et obligations des employés et employeurs, notamment le droit de gestion. La majeure partie a porté sur la fin d'emploi et la notion de faute grave, détaillant les différents types de fin d'emploi et les règles sur les préavis. Madame Morales a aussi abordé les récentes modifications législatives sur les absences et les obligations des employeurs en matière de harcèlement. Elle a insisté sur l'importance pour les employeurs d'appliquer les normes de manière juste et équitable, en présentant les ressources et outils disponibles à la CNESST.



Panel: De la procédure à l'humain : comment réinventer la gestion disciplinaire

Le panel a réuni **Mélissa Jasmin**, directrice des ressources humaines pour les **Marchés Famille Jasmin**, **Shirley-Ann Levac-Fordham**, propriétaire du **Metro Plus Fordham** et **Laurence Zert**, directrice générale du **CSMOCA**. Les intervenantes ont souligné l'importance d'adopter une perspective centrée sur l'humain. Plutôt que d'appliquer aveuglément les règles, il s'agit de chercher à comprendre les circonstances de chaque employé afin de trouver des solutions adaptées à leur situation. L'équilibre est délicat entre le maintien de standards élevés et le soutien aux employés faisant face à des défis personnels. Cependant, c'est cette approche bienveillante qui permet de créer un milieu de travail sain et productif. Les panélistes ont également présenté les nombreux outils gratuits développés pour outiller les gestionnaires, favorisant ainsi l'équité dans l'application des mesures disciplinaires. Au-delà des procédures, la communication et la formation continue des équipes s'avèrent essentielles pour prévenir les problèmes de comportement. En définitive, une gestion disciplinaire efficace repose sur l'empathie, la transparence et le soutien aux employés. C'est dans cet esprit que les experts ont partagé leurs meilleures pratiques.



Faire face à l'incivilité : analyse de situations concrètes

Pour conclure cette journée de formation, **Pierre-Alexandre Blouin**, président-directeur général de l'**ADA**, a tenu à mettre l'accent sur l'importance d'encourager et de montrer l'exemple aux employés afin de créer un environnement de travail sain. Ces derniers sont confrontés quotidiennement à des comportements problématiques de la part de certains clients, allant de l'indifférence à la violence physique. Ces situations peuvent être décourageantes et épuisantes pour le personnel, qui doit pourtant maintenir un service aimable et professionnel. Il est donc important d'encourager, de montrer l'exemple et de fournir des outils pour mieux gérer ces situations délicates.

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.



FORMER POUR BÂTIR :

Des programmes solides pour l'automne 2025

Parce que l'avenir de notre secteur passe par des équipes compétentes, motivées et bien formées, l'ADA continue d'investir dans des programmes de formation adaptés aux réalités du terrain. À l'approche de l'automne 2025, quatre initiatives seront à nouveau offertes aux commerces d'alimentation, partout au Québec. Tour d'horizon de ces parcours qui allient apprentissage, expérience concrète et soutien aux employeurs.

DEP EN BOUCHERIE : SIX ANS À FORMER DES PASSIONNÉS

Lancé en 2019, le DEP en boucherie célèbre déjà son sixième anniversaire avec un impressionnant total de plus de 480 diplômés à ce jour. Proposé dans 15 régions du Québec, ce programme en alternance travail-études offre 40 % de formation directement en magasin. Une formule qui plaît autant aux employeurs qu'aux participants.

Grâce à une rémunération assurée par l'employeur et remboursée à 100 % par le projet, les apprentis bouchers peuvent apprendre leur métier tout en contribuant activement à l'équipe en place.



RECONNAISSANCE DES ACQUIS ET COMPÉTENCES (RAC)

La reconnaissance des acquis et des compétences (RAC) offre une voie rapide et flexible pour les détaillants souhaitant requalifier un boucher déjà en poste. Plutôt que de reprendre l'ensemble de la formation, le candidat se fait évaluer pour compétences actuelles, puis suit uniquement les modules qui lui manquent pour atteindre un niveau de qualification supérieur. Il peut ainsi poursuivre son travail en magasin tout en bonifiant son expertise — un avantage autant pour l'employeur que pour l'employé.

- ▶ Améliorer la productivité et la compétitivité de votre entreprise ;
- ▶ Être reconnu comme un employeur de choix ;
- ▶ Augmenter la polyvalence, l'autonomie et la qualification de vos employés ;
- ▶ Assurer une relève compétente ;
- ▶ Reconnaître officiellement les compétences acquises de votre employé ;
- ▶ Bénéficier d'un plan de formation adapté à vos besoins en partenariat avec un Centre de services scolaire ;
- ▶ Effectuer les apprentissages et les évaluations en milieu de travail et en centre de formation ;
- ▶ Bénéficier d'un financement complet (RAC / COUD).



ISP MÉTIER SEMI-SPECIALISÉ – COMMIS MULTI-RAYONS : DEUXIÈME ÉDITION À COWANSVILLE

Après une première édition prometteuse, le programme d'Insertion socioprofessionnelle (ISP) pour le métier semi-spécialisé de commis multirayons sera de retour à l'automne 2025 à Cowansville, en collaboration avec le campus Brome-Missisquoi.

AEP – ÉTALAGES ET SERVICES À LA CLIENTÈLE DANS UN COMMERCE D'ALIMENTATION : MIEUX OUTILLER LA CLIENTÈLE... ET LES EMPLOYÉS

L'AEP – Étalages et Services à la clientèle dans un commerce d'alimentation sera de nouveau offerte à l'automne. Cette formation complète en alternance travail-études inclut des modules de francisation, de littératie, de numératie et de numérique, essentiels pour accompagner une clientèle diversifiée et répondre aux exigences actuelles du secteur.

Les participants, employés en magasin, verront leur salaire remboursé à 100 % pendant toute la durée de la formation. Déjà, sept nouvelles régions ont exprimé leur intérêt à accueillir ce programme, qui s'impose comme une solution concrète et durable aux défis de recrutement dans nos commerces.



Une troisième édition sous le signe de l'excellence



Meilleur élève Boucherie de détail

LES GAGNANTS 2025

Le niveau de compétition était impressionnant et tous les participants ont su faire preuve de talent, de rigueur et d'une passion contagieuse pour le métier.



1^{er} place : Charlie Picard et Zack Dubé – Centre de formation professionnelle Bel-Avenir



2^e place : Tristan Meier et Bastien Mercier – Campus de Brome-Missisquoi



3^e place ex æquo : Sarah Johnson et Logan Bernier – École hôtelière de la Montérégie



3^e place ex æquo : Félix Launière et Émile Thibault – CFP des Laurentides

MAÎTRISE TECHNIQUE ET CRÉATIVITÉ À L'HONNEUR

Dans une ambiance à la fois concentrée et chaleureuse, les équipes se sont mesurées sur des critères exigeants : précision des coupes, hygiène, créativité, rapidité et présentation. Le jury d'experts était composé de Jean-Philippe Morissette, Pascal Hudon, Sylvie Bouffard, Pierre-Paul Martin et Michel Lemay. Leur regard professionnel et leur engagement envers la relève ont assuré une évaluation rigoureuse et inspirante.

Nous avons également eu l'honneur d'accueillir Kateri Champagne Jourdain, ministre de l'Emploi, venue saluer les participants et les encourager dans leur parcours. Sa présence témoigne de l'importance de valoriser la formation professionnelle et les métiers spécialisés comme la boucherie.



La passion était palpable le 2 avril dernier à l'École hôtelière de la Capitale, hôte de la 3^e édition du concours Meilleur élève en boucherie de détail. Organisé par l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA), cet événement est rapidement devenu un rendez-vous annuel incontournable pour la relève en boucherie.

Le concours réunit chaque année des duos d'élèves issus du programme ATE+ Boucherie, offert dans 15 centres de formation professionnelle au Québec. Cette année, neuf duos ont pu démontrer tout leur savoir-faire dans deux épreuves clés : le désossage et la mise en valeur d'un demi-porc, gracieusement fourni par notre partenaire Porc du Québec.

UN TRAVAIL D'ÉQUIPE REMARQUABLE

L'ADA tient à remercier chaleureusement les professeurs qui accompagnent avec passion la relève en boucherie, ainsi que tous les centres de formation participants. Un remerciement spécial est adressé à l'École hôtelière de la Capitale pour son accueil impeccable. Merci également à Porc du Québec pour la mise en valeur de la protéine de cette édition, ainsi qu'à McCormick pour les cadeaux offerts aux participants. Leur soutien est essentiel pour faire rayonner la profession. Avec cette 3^e édition couronnée de succès, le concours Meilleur élève en boucherie de détail continue d'inspirer et de faire briller les bouchers de demain.





Les meilleurs de l'Ouest réunis au GSF!



DEUX JOURS DE PARTICIPATION MASSIVE AUX CONFÉRENCES SUR L'INNOVATION ET L'ÉDUCATION



Karen Proud
Arbitre du Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie

Le congrès et salon professionnel Grocery & Specialty Food West 2025 s'est tenu les 14 et 15 avril derniers, à Vancouver. L'événement de deux jours proposait une foule de présentations informatives, de technologies novatrices ainsi qu'un large éventail de nouveaux produits, et a commencé par une conférence et des ateliers dans le bâtiment Est du Centre des congrès de Vancouver.

Parmi les séances exclusives, mentionnons « 10 façons dont l'IA transformera le secteur de l'épicerie et de l'alimentation », basée sur un rapport de recherche exclusif de l'IGD et présentée par Stewart Samuel, également de l'IGD. Une séance exclusive s'est tenue à 10 h avec la toute première arbitre du Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie du Canada, Karen Proud, avec une période de questions animée par Gary Sands de la FCEI.

Les participants au salon professionnel ont pu explorer des milliers d'innovations dans de nombreuses catégories.

DES PRIX POUR LES MEILLEURS KIOSQUES DE 2025 ONT ÉTÉ REMIS À :



Kiosque simple Wufers
N° de kiosque : 503



Kiosque double Dr. Oetker Canada
N° de kiosque : 415



Kiosque commercialisé Kruger Products Inc.
N° de kiosque : 815



Kiosque multiple Kraft Heinz
N° de kiosque : 715

Sont ensuite venus les très attendus « PRIX POUR LES DIX MEILLEURS PRODUITS D'ÉPICERIE »! Dans la matinée, les rédacteurs en chef des principales publications spécialisées ainsi qu'un comité de vente au détail ont voté pour leurs produits favoris, choisis parmi la sélection des nouveaux produits présentés, afin de déterminer les gagnants des « prix pour les 10 meilleurs produits d'épicerie ».

LES GAGNANTS DES 10 MEILLEURS PRODUITS D'ÉPICERIE SONT (DANS AUCUN ORDRE PARTICULIER) :

	<p>MEILLEURE BOISSON (FROIDE) Nom du produit : Callister Craft Soda Flavour: Raspberry Earl Grey Booth #: 1510A - Callister Craft Soda</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT LAITIER Nom du produit : Oikos PRO Yogurt Flavour: Vanilla Booth #: 808 - Danone Inc.</p>
	<p>MEILLEUR CONDIMENT Nom du produit : Organic Cold-Pressed Black Seed Oil Booth #: 1619 - RM-Essentials</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT LOCAL Nom de produit : Grizzly Good Organic Mustard Flavour: Honey Garlic Booth #: 304B - Wildcraft Organic Ltd.</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT EN CONSERVE OU SUR TABLETTE Nom du produit : Callipo Tuna Salad Flavour: Red Quinoa, Chickpeas, Peas and Tomato Booth #: 801 - Tree of Life Canada (Giacinto Callipo Conserve Alimentari S.r.l.)</p>
	<p>MEILLEUR EMBALLAGE Nom du produit : yes we can Flavour: Emergency Water Booth #: 304A - YES WE CAN DRINKS INC.</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT COMME À LA MAISON Nom du produit : Mamacita's Empanadas Flavour: Beef Booth #: 1501B - Mamacita's Empanadas</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT POUR ANIMAUX Nom de produit : Shay's Way Wet Meal Toppers Flavour: Steelhead Salmon Booth #: 1520A - One Ocean Natural Pet Products</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT SURGELÉ Nom du produit : McCain Masala Fries Booth #: 1021 - McCain Foods</p>
	<p>MEILLEUR PRODUIT PRÊT-À-MANGER Nom du produit : La Fournée Dorée Chocolate Pancakes Booth #: 514 - La Fournée Dorée</p>

La journée s'est terminée par une activité de réseautage suivie d'un souper de gala pour célébrer les membres à vie de 2024 : Jim Hamilton de Hammy's et Peter Bowman de Saputo.



De gauche à droite : Ron Welke, FCEI; Jim Hamilton, Hammy's; Francois Bouchard, GS1 Canada



De gauche à droite : Jamie Nelson, Pattison Food Group; Peter Bowman, Saputo; Ron Welke, FCEI



Photo de Jim Hamilton (à gauche) et de Peter Bowman (à droite)



Réception d'ouverture du GSF avec Michel Boucher, GS1 Canada ; Pierre-Alexandre Blouin, ADAQ ; Brad Fletcher, The Village Grocer



Le salon a mis en vedette des produits régionaux dans le pavillon BuyBC



Les participants ont pu s'approvisionner en produits locaux dans le pavillon Canada Connect.



Le chef Dave Burnett, de McCormick, a présenté le rapport sur les tendances Flavor Forecast.



Les détaillants et les fournisseurs se sont rencontrés individuellement lors des réunions Category Connect.



Jason Beales, AIR MILES, a fourni des informations sur les consommateurs au GSF.

Toronto Grocery Innovations Canada Oct. 28-29, 2025: www.GroceryInnovations.com and GSF 2026 in Vancouver April 21-22, 2026 www.GSFShow.com



RENDEZ VOUS EN PLEIN COEUR DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

MONTREAL
**29 APRIL
01 MAY -
2026**
PALAIS DES CONGRES



SIALCANADA.COM

← Réservez votre
espace maintenant !

PROFITEZ DE NOTRE
TARIF PRÉFÉRENTIEL
DISPONIBLE JUSQU'AU
31 OCTOBRE 2025 !

SIAL
INSPIRER L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Canada

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

SIALCANADA.COM



#SIALCANADA #SIALMTL2026



FÉLICITATIONS AUX 4 GAGNANTS DE SIAL INNOVATION 2025



UN MOT DE JO-ANN MCARTHUR, Co-présidente du jury de SIAL Innovation

“Les finalistes de SIAL Innovation ont démontré cette année que le plaisir et le bien-être en alimentation peuvent coexister. On a vu émerger une nouvelle vague de produits “better for you”, qui conservent la saveur sans compromettre le goût. Un étiquetage et une fabrication transparente, des ingrédients valorisés “upcycled ” et des saveurs audacieuses d’inspiration mondiale ont retenu l’attention – mais ce qui a été le plus marquant, c’est l’histoire derrière chaque produit, de la ferme à la table. Les consommateurs cherchent plus que des ingrédients : ils cherchent une signification pour se connecter à quelque chose de plus grand.”



HUILE DE CAMÉLINE, GOÛT BEURRÉ

OLIMÉGA - SIGNÉ CAMÉLINE - Huile de caméline vierge au goût beurré. Pressée à froid, sans OGM, riche en oméga-3 et en vitamine E.

Sélectionné pour son étiquette transparent et sa fonctionnalité grâce aux oméga-3 et à la vitamine E, tout en conservant une odeur et une saveur naturelles de beurre.

signecameline.com



PÂTE À TARTINER AMAZAKE CACAO

La brasserie San-O Sake | San-O - Tartinade sans sucre ajouté à base de cacao et d'amazake, un riz fermenté traditionnel japonais. Naturellement sucrée, sans produit laitier, riche en nutriments et végétan.

Sélectionné comme tartinade gourmande mais meilleure pour la santé, avec du riz fermenté apportant la touche sucrée.

labrasseriesan-o.ca



FARINE DE TOMATES

SAPORI ANTICHI - Casa Muraca - Farine de tomate issue de l'économie circulaire. Élaborée à partir de pelures de tomates revalorisées lors de la fabrication de la sauce tomate de la marque.

Sélectionné pour être un produit revalorisé, utilisant des pelures de tomates issues de la production de sauce en Italie.

saporiantichi.it



BOÎTE: RIZ STYLE FRIT

FLOATING LEAF FINE FOODS - THE RICE STUFF BOX

Plat de riz prêt-à-manger, à emporter et à déguster directement dans la boîte.

Sélectionné pour son format unique en portion individuelle dans une boîte plate en carton, optimisant l'espace tout en étant résistant.

thericestuff.ca



Les lauréats de SIAL Innovation 2025 ont reçu un ensemble sur mesure de visibilité et de soutien stratégique pour accélérer leur développement commercial. Les prix comprenaient un accès aux outils de données de NielsenIQ (MTOS, rapports consommateurs, sessions d'expertise), des réductions sur les espaces d'exposition pour SIAL Montréal 2026, ainsi qu'une mise en avant médiatique dans Western Grocer, L'Actualité Alimentaire et The Food Professor Podcast. De plus, les trois produits gagnants seront exposés pendant un an dans les salons du réseau SIAL à l'international. Un grand merci à nos précieux partenaires NielsenIQ, Western Grocer et L'Actualité Alimentaire pour leur engagement à célébrer l'innovation et à soutenir la croissance des entreprises agroalimentaires au-delà des frontières.

Partenaires de compétition



61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



CETTE ANNÉE MARQUAIT LE 61^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA!

Le 27 mai dernier, plus de 250 professionnels de l'industrie alimentaire se sont réunis au Club de golf Elm Ridge, à L'Île-Bizard, pour prendre part au 61^e tournoi de golf annuel de l'ADA.

Sous un magnifique soleil, l'ambiance était au rendez-vous : brunch d'accueil, départs en formule Vegas, kiosques gourmands, réseautage sur le parcours et cocktail dînatoire ont rythmé cette journée toujours aussi attendue.

Merci à tous les participants, ainsi qu'à nos précieux partenaires et commanditaires, pour avoir contribué à faire de cet événement un succès sur toute la ligne.

Voici un résumé en images de cette journée qui témoigne de l'énergie et des bons moments partagés.

Nous avons déjà hâte de vous retrouver pour la prochaine édition en 2026 !

COMMANDITAIRE PRINCIPAL



COMMANDITAIRES ASSOCIÉS

metro

sobeys 

Les Compagnies
Loblaw
Limitée

 **Loto**
Québec

MERCI À NOS
PARTENAIRES



COMMANDITAIRES OR



COMMANDITAIRES ARGENT





LE MANUEL DE L'EMPLOYÉ DU CSMOCA : UN INCONTOURNABLE POUR FACILITER VOTRE GESTION!

Vous dirigez un commerce ou un entrepôt dans le secteur de l'alimentation? Simplifiez votre gestion des ressources humaines et améliorez l'intégration de vos employé(e)s avec le nouveau manuel de l'employé du CSMOCA, un outil clés en main conçu spécialement pour votre réalité.

Uniformisez vos pratiques RH avec le manuel d'employé *du* CSMOCA

CSMOCA

Pourquoi l'adopter ?

- Clarifier les attentes et les responsabilités de chacun(e) ;
- Faciliter la communication entre gestionnaires et employé(e)s ;
- Réduire les risques et améliorer la sécurité au travail ;
- Assurer une meilleure rétention des employé(e)s ;
- Encadrer les droits des employé(e)s et employeur(euse)s ;
- Servir de référence en cas de questions ;



et encore plus !



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

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



UN GUIDE STRUCTURANT POUR VOS EMPLOYÉ(E)S

L'embauche et l'intégration des nouveaux(elles) employé(e)s sont des étapes cruciales pour bâtir un environnement de travail harmonieux et performant. Ce manuel structuré rassemble toutes les informations essentielles à transmettre dès le premier jour. Il permet d'uniformiser vos pratiques et de répondre aux questions courantes du personnel.

UN OUTIL PRATIQUE ET ENTIÈREMENT PERSONNALISABLE

Chaque entreprise possède ses propres réalités et politiques internes. C'est pourquoi ce manuel a été conçu pour être facilement personnalisable. Ajoutez votre logo, vos coordonnées et ajustez les sections selon vos besoins spécifiques. En quelques clics, obtenez un document clair et professionnel, prêt à être remis à vos employé(e)s, pour une intégration e.

LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS POUR ENCADRER VOTRE ÉQUIPE

Ce manuel couvre tous les aspects clés de l'emploi en commerce à travers huit sections claires et complètes :

Présentation de l'entreprise
Mission et valeurs

Gestion des employé(e)s
Politiques RH et attentes

Salaires et avantages
Rémunération et assurances

Organisation du travail
Horaires, pauses, absences

Congés et vacances
Jours fériés et congés maladie

Code de conduite
Règles et comportements attendus

Santé et sécurité
Prévention et mesures obligatoires

Directives internes
Procédures spécifiques à l'entreprise

UN SOUTIEN COMPLET POUR LES EMPLOYEUR(EUSE)S

En complément du manuel, profitez d'une multitude de ressources pratiques : trucs et astuces intégrés, documents complémentaires disponibles dans le coffret GRH du CSMOCA, et une vidéo explicative pour vous accompagner dans la personnalisation et l'utilisation du manuel. Tout est pensé pour vous offrir un outil clés en main, simple et efficace.

TÉLÉCHARGEZ VOTRE MANUEL DÈS MAINTENANT!

Disponible gratuitement dans la section Accueil et intégration du coffret GRH, cet outil vous aide à structurer votre gestion RH tout en offrant un cadre clair et cohérent à vos employé(e)s. Profitez-en dès aujourd'hui pour optimiser vos pratiques et renforcer l'intégration au sein de votre organisation!

APPRENEZ-EN DAVANTAGE SUR LE CSMOCA

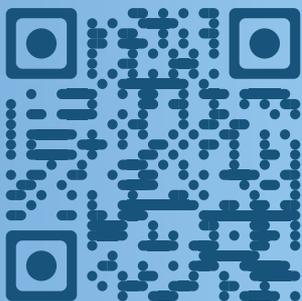
Le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation est un organisme sans but lucratif dédié au développement des compétences de la main-d'œuvre de son secteur. Depuis près de 25 ans, il est un partenaire incontournable pour les épiceries, les magasins spécialisés, les commerces de proximité et les entrepôts alimentaires partout à travers le Québec! Notre mission est 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

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

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



NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

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



JEAN MORIN DE LA FROMAGERIE DU PRESBYTÈRE NOMMÉ PERSONNALITÉ DU MONDE ALIMENTAIRE 2025

Jean Morin, fromager et propriétaire de la Fromagerie du Presbytère à Sainte-Élizabed-Warwick, a été nommé Personnalité du monde alimentaire 2025 par le CTAQ et la Banque Nationale. Cette distinction souligne son rôle majeur dans l'essor de la fromagerie artisanale québécoise et son engagement envers l'innovation.

Avec audace, il a transformé un ancien presbytère en fromagerie en 2005, créant des fromages primés comme le Louis d'Or et le Bleu d'Élizabeth, qui ont contribué au rayonnement du Québec sur la scène internationale. Il a aussi joué un rôle clé dans la reconnaissance du fromage fermier et l'introduction de nouvelles techniques, comme la première cuve de cuivre au Canada.

Jean Morin ne se limite pas à sa propre entreprise : il forme la relève, favorise les partenariats et dynamise sa région avec des initiatives comme les Vendredis à la Fromagerie. Son héritage et son influence continueront d'inspirer l'industrie alimentaire québécoise.

Source : <https://www.lanouvelle.net/actualites/jean-morin-de-la-fromagerie-du-presbytere-nomme-personnalite-du-monde-alimentaire-2025/>

Source image : www.lanouvelle.net – archives



ISABELLE CHARBONNEAU PREND LA TÊTE DE L'AMBQ

Félicitations à Isabelle Charbonneau, récemment nommée présidente du conseil d'administration de l'Association des microbrasseries du Québec (AMBQ). Copropriétaire des brasseries Dieu du Ciel! et membre du CA depuis 2018, elle est reconnue pour son leadership rassembleur et sa fine connaissance des réalités de l'ensemble des microbrasseries québécoises. L'AMBQ pourra compter sur son engagement solide pour poursuivre sa mission de représentation et de modernisation du secteur brassicole.



KIM FURLONG PRENDRA LES RÊNES DU CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DE DÉTAIL

Le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) a annoncé la nomination de Kim Furlong à titre de présidente-directrice générale, un rôle qu'elle assumera officiellement le 2 septembre prochain.

Forte de plus de 20 ans d'expérience à l'intersection des secteurs public et privé, Kim Furlong connaît bien le milieu, y ayant occupé le poste de vice-présidente des affaires gouvernementales fédérales il y a plus de 16 ans. Elle revient au CCCD après avoir dirigé le Canadian Venture Capital & Private Equity Association.

Reconnue pour son expertise en politique publique, en relations gouvernementales et en gestion de crise, elle est appelée à jouer un rôle clé dans le renforcement de la mission du CCCD dans les années à venir.



Félicitations aux Dépanneurs Forget, et plus particulièrement à la station de Sainte-Julie, qui a remporté le prix Associé de l'année lors du congrès annuel de Petro-Canada!

Sélectionnée parmi trois finalistes du district de l'est du Canada, la station s'est démarquée par l'excellence de son exécution et le respect rigoureux des normes d'exploitation. Ce prix prestigieux témoigne du travail remarquable des équipes des Dépanneurs Forget. Une belle reconnaissance pour Jade et André Forget, propriétaires des Dépanneurs Forget, des détaillants engagés et exemplaires!



Le virage numérique des commerces d'alimentation : où en est-on vraiment?

Dans un monde où la technologie évolue à toute vitesse, le secteur de l'alimentation n'échappe pas à la transformation numérique. Pour mieux comprendre où en sont les détaillants d'ici et où ils devraient aller, le CSMOCA a réalisé une grande analyse sur la maturité numérique des commerces alimentaires au Québec. Le portrait qui en ressort est aussi éclairant que mobilisant.

UNE APPROCHE QUI REGARDE VERS L'AVENIR

Le CSMOCA a d'abord identifié les technologies qui pourraient changer la donne d'ici 2030 : robotique, intelligence artificielle, mégadonnées, commerce en ligne... Ensuite, un sondage a été mené auprès de gens du milieu pour savoir quelles technologies sont réellement utilisées sur le terrain. Ce regard croisé entre ce qui va arriver et ce qui est déjà en place permet de mieux comprendre les écarts à combler.

Des outils puissants, encore sous-utilisés

Sept technologies ressortent clairement comme prioritaires :

L'automatisation et la robotique

Le commerce électronique

L'amélioration de l'expérience client en magasin

La durabilité et la traçabilité des produits

L'analyse de données (mégadonnées)

L'Internet des objets (IoT)

L'intelligence artificielle

Ces outils peuvent avoir un réel impact sur la performance et l'efficacité des commerces. Pour l'instant, leur adoption reste pourtant timide. Les détaillants misent surtout sur les outils qu'ils connaissent déjà et investissent quand les gains sont clairs à court terme, souvent pour des raisons de rentabilité immédiate. Résultat : les nouvelles technologies peinent à se faire une place.

UN MANQUE DE COMPÉTENCES QUI FREINE L'ÉLAN

L'un des grands constats du rapport, c'est que les compétences actuelles ne suivent pas toujours le rythme des innovations. Ce manque de préparation pourrait vite devenir un frein important, surtout si les entreprises ne s'outillent pas rapidement. Le CSMOCA propose donc plusieurs pistes concrètes pour aider le secteur à prendre le virage.

Trois leviers pour avancer ensemble

1. Mieux informer et inspirer

Des infolettres, des capsules, des balados et des études de cas pourraient aider les détaillants à mieux comprendre les avantages concrets du numérique. L'objectif : rendre la technologie moins intimidante et montrer ce qu'elle peut apporter au quotidien.

2. Créer des espaces d'échange

Webinaires, visites de commerces innovants, ateliers de co-développement : toutes ces occasions permettent de partager des idées, des réussites (et des erreurs!) entre détaillants. En voyant ce que font les autres, il devient plus facile d'imaginer l'avenir.

3. Outiller les gestionnaires pour piloter le changement

Le changement ne se fait pas tout seul. Il faut des gestionnaires capables de guider leur équipe et d'expliquer clairement le «pourquoi» derrière chaque transformation. Le développement du leadership numérique est donc une priorité.

UN SECTEUR À LA CROISÉE DES CHEMINS

L'analyse du CSMOCA arrive à point nommé. Elle confirme que le virage numérique est bel et bien amorcé, mais qu'il reste du chemin à faire. Bonne nouvelle : les outils sont là, les ressources aussi, et l'envie d'évoluer est bien présente chez plusieurs. Ce qu'il faut maintenant, c'est une vision à long terme, un peu de curiosité et une volonté de travailler ensemble.

Pour les détaillants québécois, c'est le moment idéal de prendre le train du numérique avant qu'il ne soit rendu déjà trop loin, car au bout du compte, adopter ces technologies, c'est investir dans la pérennité de son commerce... et dans une meilleure expérience client.

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



Pour s'abonner au portrait du CSMOCA:



ACTUALITÉS ET TCBO

CRÉER DES EXPÉRIENCES EN MAGASIN : L'IMPORTANCE DES DÉGUSTATIONS ET DU MAILLAGE DE PRODUITS

Offrir une expérience engageante aux consommateurs en magasin est plus essentiel que jamais. Les dégustations et le maillage de produits sont des leviers efficaces pour inspirer les clients, accroître les ventes et mettre en valeur les produits d'ici. Grâce à nos initiatives, nous facilitons aussi la mise en relation entre détaillants et entreprises bioalimentaires.

DÉGUSTATIONS : TRANSFORMER L'ACTE D'ACHAT EN DÉCOUVERTE

Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent plus qu'un simple produit : ils veulent une histoire, une expérience. C'est dans cet esprit que nous organisons des dégustations sur mesure en magasin. Ces événements permettent non seulement de faire découvrir de nouveaux produits, mais aussi d'éduquer les clients sur leur origine, leur mode de fabrication et leurs accords possibles.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : les dégustations influencent positivement l'acte d'achat, augmentent la notoriété des marques et encouragent la fidélisation. Les consommateurs qui goûtent un produit sont bien plus enclins à l'ajouter à leur panier.



LE MAILLAGE DE PRODUITS : UNE STRATÉGIE GAGNANTE

Au-delà des dégustations, nous misons aussi sur le maillage de produits, une approche qui consiste à associer des produits complémentaires pour offrir une expérience enrichie aux consommateurs.

Imaginez une table mettant en vedette des fromages d'ici, accompagnés de confitures artisanales et de biscuits croquants. Ou encore une sélection de bières de microbrasserie avec des charcuteries locales et des noix épicées. Ce type de présentation inspire le client, simplifie son choix et l'encourage à découvrir de nouvelles combinaisons.

PRISE DE RENDEZ-VOUS SIMPLIFIÉE POUR PROGRAMMER DES PÉRIODES DE DÉGUSTATION : FACILITER LES RELATIONS ENTRE DÉTAILLANTS ET PRODUCTEURS

Le temps des détaillants est précieux, et nous le savons bien. Pour les aider à optimiser leur planification, nous avons mis en place un service de prise de rendez-vous simplifié avec les entreprises bioalimentaires.

CETTE INITIATIVE PERMET DE :

GAGNER du temps en accédant rapidement aux bons contacts

PLANIFIER efficacement des périodes de dégustation adaptées à chaque commerce

DÉCOUVRIR et d'intégrer de nouveaux produits répondant aux attentes des consommateurs.

Grâce à cette approche, les détaillants bénéficient d'un accès direct aux producteurs, simplifiant ainsi l'organisation des dégustations en magasin. Une solution pratique pour enrichir l'expérience client et dynamiser les ventes.

Les dégustations, le maillage de produits et les relations simplifiées avec les producteurs sont autant de leviers permettant aux détaillants d'offrir une expérience enrichissante aux consommateurs. En facilitant ces initiatives, nous contribuons à dynamiser les ventes tout en mettant en valeur les produits d'ici.

UNE RÉOUVERTURE MARQUÉE PAR L'ENGAGEMENT LOCAL CHEZ IGA GROUPE RÉGNIER

Le 24 octobre dernier, le magasin IGA Régnier Talbot, situé à Chicoutimi, ouvrait officiellement ses portes après d'importantes rénovations. Au cœur de cette métamorphose : une section entièrement dédiée aux produits du Saguenay-Lac-Saint-Jean. C'est près de 350 produits de la Zone boréale qui s'y retrouvent, ce qui permet d'offrir une variété intéressante pour le panier d'épicerie à saveur locale. De même, une section «extraordinaire» de bières a été revue et serait la «plus belle offre dans la région», selon le propriétaire, Éric Régnier.

«C'est vraiment l'amélioration qui nous rend le plus fiers dans ce projet de rénovation», confie ce dernier. «On veut mettre en lumière le savoir-faire de la région.»

Quelques semaines avant l'inauguration de la section, le Groupe Régnier invitait les entreprises régionales à les contacter pour intégrer leur(s) produit(s) en magasin. Cette action a permis et permettra encore de faciliter l'accès aux tablettes pour plusieurs entreprises de la région.

«L'intégration et la promotion des produits agroalimentaires de notre région fait partie de qui nous sommes. C'est un des facteurs qui nous permet de nous démarquer et d'offrir ce qu'il y a de mieux à notre clientèle», explique Simon Théberge, associé chez Groupe Régnier.

En tant que marchand de la Zone boréale, le Groupe Régnier a la volonté de regrouper l'ensemble de l'offre régionale afin que les clients puissent retrouver ces produits facilement. Le jour de l'ouverture, une dizaine de producteurs étaient sur place pour faire goûter leurs produits et échanger directement avec les consommateurs.



LA CARTOGRAPHIE DES DISTRIBUTEURS RÉGIONAUX : UN OUTIL POUR SIMPLIFIER LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE LOCALE AU QUÉBEC!

Dans un contexte où l'achat local est au cœur des préoccupations, le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBQ) a lancé une cartographie interactive des distributeurs régionaux. Accessible en ligne, cet outil facilite les relations entre producteurs, transformateurs et acheteurs, favorisant ainsi la présence des aliments québécois dans les marchés institutionnels, hôteliers, de restauration et de détail.

La plateforme permet de rechercher un distributeur par région ou par zone de livraison, simplifiant ainsi la logistique et encourageant les circuits courts. En complément, une boîte à outils élaborée avec l'appui de partenaires offre des ressources précieuses aux producteurs et aux transformateurs : préparation du produit, capacité de production, stratégies de vente, négociation, et bien plus encore.

Soutenue par le MAPAQ, cette initiative s'inscrit dans une démarche de développement durable et d'autonomie alimentaire, en réduisant la dépendance aux importations et en structurant l'approvisionnement régional. Plus qu'un simple répertoire, la cartographie se veut un véritable levier stratégique pour dynamiser le secteur bioalimentaire québécois et renforcer la collaboration entre tous les acteurs de la distribution.

Ouvrons le chemin aux produits d'ici!

www.rtc bq.com/cartographie-des-distributeurs



Fièrement fabriqué au Canada,
conçu pour l'excellence.
Explorer nos solutions durables et innovantes
pour votre espace de vente au détail.



FIÈREMENT CANADIEN,
PENSÉ POUR L'EXCELLENCE.



18 rue Richelieu
Lacolle (Québec) Canada
J0J 1J0

