

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Automne 2025

Les détaillants en alimentation : des incubateurs d'intégration

Portrait, enjeux, solutions

P. 18 à 22



CÉDRIC DOMINGUE

Un épicier de
cœur au service
de son quartier

P. 7



DOSSIER SAQ

De nouvelles
orientations qui
divisent chez
les détaillants

P. 10



69^E CONGRÈS DE L'ADA

Découvrez les
conférences
et panels

P. 14

POINT DE VUE

SORTIR DE LA PANNE



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

Le 26 septembre dernier, un vendredi après-midi achalandé sur le coup de 16 h 30, des milliers d'entreprises et leurs centaines de milliers de clients ont été les victimes impuissantes d'une panne critique que je n'arrive toujours pas à m'expliquer. Pendant quatre heures, le réseau de Global Payments a été paralysé, laissant tomber ses utilisateurs, encore une fois.

Ce n'est pas comparable à une catastrophe naturelle, j'en conviens, mais c'est pourtant une catastrophe opérationnelle quand les terminaux de paiement sont inutilisables d'un bout à l'autre du pays. Les consommateurs sont chaque jour plus nombreux à se fier à l'infrastructure de paiement électronique, ne disposant plus d'argent sonnante dans leurs poches, sinon à part quelques dollars qui ne suffisent évidemment pas à payer le panier d'épicerie.

Alors que les clients pressés de commencer leur fin de semaine s'agglutinent aux caisses derrière leurs paniers remplis, nos employés impuissants se démènent sous les injures en attendant que le mode de relève crédit finisse par fonctionner. On est évidemment heureux d'avoir une solution alternative pour permettre aux clients qui n'ont pas tout simplement abandonné leur panier au bout des allées de conclure leur transaction.

Une fois les files et la frustration atténuées, je reste sur le plancher du magasin songeur et frustré. Pourquoi nos réseaux semblent-ils de plus en plus fragiles alors que ma facture de frais de transaction est toujours sur une pente ascendante? La fameuse relève crédit signifie que l'ensemble des transactions d'une période achalandée de 4 h m'ont coûté 1,5 % plutôt que 2 cents la transaction du débit. Une autre panne payante pour les géants du crédit.

Ce soir-là, je constatais encore une fois qu'il ne faut surtout pas laisser tomber notre bataille pour les taux d'interchange après des années d'inflation importante dans notre industrie et des frais d'exploitation qui ne cessent de monter. Espérons que le ministre Champagne corrige finalement l'injustice créée par sa prédécesseure en n'abaissant pas les taux des détaillants en alimentation. J'espère avoir l'occasion de lui piquer une jasette.

Vous remarquerez que ça fait un bout que je ne vous ai pas parlé de consigne. Je vais être bref parce que ça fait monter ma pression très rapidement. L'été a été très éprouvant pour nos opérations, les détaillants de partout m'ont rapporté la même situation : un volume trop important pour la reprise, des machines qui brisent ainsi que de la vermine. Il faut absolument que le déploiement des sites dédiés Consignation s'accélère avant l'été 2026, que le plan de déploiement priorise une desserte significative dans l'ensemble des grands centres de la province afin d'alléger la charge de travail des détaillants qui seront toujours pris dans ce système déficient. Le nouveau ministre Drainville est un autre gars avec qui j'ai vraiment hâte de pouvoir échanger.

Chers collègues, vous savez où me trouver pour poursuivre la discussion, j'espère qu'on se voit à Québec le 21 novembre.

CETTE LOI QUI DOIT S'APPLIQUER SUR LE TERRAIN



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

À entendre les discours officiels, les ministres de nos gouvernements sont tous de valeureux chevaliers à la défense de l'allègement réglementaire pour faciliter la vie des entrepreneurs. Pourtant, sur le terrain ou en ce qui nous concerne sur le plancher des magasins, ce n'est pas tout à fait l'impression que ça laisse. Chaque année apporte sa pelletée de nouvelles formalités à déchiffrer. On adapte tant bien que mal les opérations en conséquence, souvent pratiquement à l'aveugle pour éviter des amendes salées. Cette année est mémorable; je vous épargne les numéros des lois, il y en a tellement que même moi je les mélange. Cerise sur le sunday, l'approche réglementaire est maintenant quasi systématique, la façon de se conformer est susceptible de changer en cours de route, et le règlement ou le guide d'interprétation peut ne pas être prêt à la date d'entrée en vigueur.

Comme vous l'avez lu dans nos pages, certains dossiers ont attiré davantage notre attention comme la consigne élargie ou les modifications aux normes d'exactitude et d'affichage des prix puisqu'ils ont des impacts évidents sur les opérations. C'est facile de se sentir concerné quand on ne sait littéralement pas où entreposer le surplus de contenants souillés ou d'information maintenant normée en taille de caractère sur une étiquette de prix à l'espace limité. Quand il est question de la réforme de la langue française ou de l'obligation de réparabilité, un détaillant alimentaire se sent moins directement interpellé, voire à l'abri ou déjà en conformité. Pourtant, rien n'est moins sûr.

Le propriétaire d'une boucherie lit l'article sur le sujet en se disant qu'il vend des aliments, il en garantit la fraîcheur et passe au prochain client. Cependant, la série d'ustensiles de cuisine dont de belles poivrières au mur du fond sont pour la plupart composées de plusieurs pièces avec un mécanisme techniquement réparable. Il faudrait donc informer les clients sur la durée prévisible d'utilisation, savoir où trouver les parties ou au minimum, l'informer qu'il ne peut garantir la disponibilité des pièces de rechange, les services de réparation et les renseignements sur l'entretien et la réparation «au sens de la Loi sur la protection du consommateur du Québec». Ce n'était sûrement pas l'intention du législateur quand il voulait en finir avec l'obsolescence programmée, mais une inspection peut révéler des dizaines d'infractions par site.

Voici un autre exemple. On avait suivi la réforme de la Loi modernisant le régime de santé et la sécurité au travail. L'intégration des risques psychosociaux liés au travail est une suite prévisible des dernières lois en la matière même si c'est pas mal plus intangible que le risque d'utilisation d'un escabeau dans une chambre froide. Le plaisir étant toujours dans les détails, on a un mal de tête assuré en prenant connaissance des premières informations disponibles sur le chemin de conformité pour un dépanneur qui compte moins de 20 employés et qui doit maintenant désigner et faire former un employé (non-cadre) pour faire de lui un agent de liaison en santé et sécurité (ALSS) qui procédera à l'identification écrite des risques dans l'entreprise.

J'arrive rapidement au bout du nombre de mots, je vais devoir me limiter à deux derniers exemples, soit le projet pilote en cours pour en finir avec la loi sur les heures d'ouverture et l'abolition du prix plancher sur l'essence (mis en place pour préserver la concurrence) tout en obligeant les exploitants à diffuser leurs prix en temps réel sous peine d'amendes. On ajoute des obligations plutôt que d'alléger la charge des exploitants.

Essayons de voir le verre un peu plus plein, la tarification des unités de maintien chaud et froid liée aux permis du MAPAQ a été abolie, une économie de quelques centaines de dollars par exploitant. La réflexion est en cours sur la vente de produits entre permis de vente de détail et d'autres sujets pour

diversifier notre offre. On a déjà eu une première rencontre franche avec le nouveau ministre Samuel Poulin; il semble connecté au terrain.

Dans le contexte économique difficile et la concurrence des géants étrangers, il faut à tout prix éviter d'ajouter des coûts fixes sur nos opérations fragiles. D'autant plus que les deux employés clés qu'on avait dénichés à l'étranger, logés, formés, francisés, intégrés dans nos équipes doivent quitter leur emploi à la fin du mois faute de pouvoir renouveler leur permis de travail.

La bonne nouvelle, ce qui nous permet de bien effectuer notre travail à titre d'Association, est que notre réseau est composé de propriétaires passionnés, de familles de marchands de 3e ou 4e génération ancrées dans leurs communautés. Dès qu'un législateur rencontre son épiciériste local avec le souci de comprendre leur réalité, il saisit rapidement la nécessité d'aborder notre industrie sous une autre perspective. Nous poursuivrons donc activement nos actions afin de présenter au maximum de décideurs l'urgence d'agir afin d'alléger vos opérations. Nous ne ménagerons aucun effort.

Depuis 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec. Sa mission est d'assurer la pérennité des détaillants-propriétaires et le développement de l'industrie alimentaire au Québec.

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos par quelque procédé que ce soit du présent ouvrage est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les opinions émises dans les articles publiés dans le *RADAR* n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Téléphone : (514) 982-0104 ▶ 1 (800) 363-3923

Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ communication@adaq.qc.ca
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,
Montréal (Québec) H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Catherine Baron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Stéfany Archambault
Vice-Présidente opération

Samuel Bouchard Villeneuve
Directeur, Affaires publiques

Daniel Choquette
Directeur, Développement
des compétences

Fanny Goulet
Gestionnaire, Développement
des affaires et mobilisation

Karine Desmarais
Technicienne comptable

Élodie Bourget
Agente des communications

Nicolas Vaxelaire
Analyste en affaires publiques (stagiaire)

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président

Éric Courtemanche Baril
Vice-président

Bruno Desrochers
Trésorier

Annie Paquette
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Dominic Arsenaault

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 Arsenaault

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

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS 4

SOMMET DE LA PRÉVENTION 6

PORTRAIT DE DÉTAILLANT 7

SUIVI DE DOSSIERS

Dossiers politiques

Le gouvernement souhaite diminuer les
barrières commerciales entre les provinces 8

Inflation 8

Augmentation de la facture d'électricité
à venir chez les PME québécoises 9

Pour éviter davantage de déserts alimentaires 10

SAQ - De nouvelles orientations qui
divisent chez les détaillants 10

Prix du lait 11

Biométrie : Pourquoi mettre la
biométrie à la poubelle? 12

Élections municipales 12

Premier budget du gouvernement Carney 12

Consigne

Retour sur l'été 12

Retour de détaillants ayant été regroupés
à un lieu de retour Consignation 13

À LA MÉMOIRE DE 13

69^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA 14

62^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 18

**RECRUTEMENT INTERNATIONAL :
DES SOLUTIONS EXISTENT POUR
SÉCURISER VOTRE MAIN-D'ŒUVRE** 19

**LES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION :
DES INCUBATEURS D'INTÉGRATION** 20

IMMIGRATION AU QUÉBEC 22

**CONCOURS LES ALIMENTS DU
QUÉBEC DANS MON PANIER!** 24

LA JOURNÉE BOUCHERIE 27

TRAVAILLER ENSEMBLE, ÇA S'APPREND! 28

**ATE+ BOULANGERIE : UNE FORMULE
GAGNANTE POUR FORMER LA RELÈVE** 30

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 31

SIAL 32

ACTUALITÉS DES TCBQ 34

METTONS EN LUMIÈRE L'INNOVATION ALIMENTAIRE



Mario Laplante
Président SMF

Dans un secteur en constante évolution, l'innovation est plus que jamais au cœur de la croissance et de la différenciation. C'est dans cet esprit que nous sommes fiers de lancer un événement inédit lors de l'assemblée annuelle ADA/SMF le 22 novembre 2025.

La Course à l'excellence des fournisseurs, une initiative visant à mettre en valeur les fournisseurs les plus innovants de l'industrie alimentaire.

Cet événement a pour objectif de favoriser les échanges entre détaillants et fournisseurs en créant un espace propice aux rencontres, aux découvertes et aux opportunités d'affaires. Il s'agit également d'une vitrine exceptionnelle de visibilité pour les participants, qui profiteront notamment :

D'une présence sur le site Web de l'ADA;

D'une visibilité complémentaire possible par l'intermédiaire d'Aliments du Québec pour les entreprises admissibles;

D'une chance de remporter deux inscriptions gratuites pour le congrès ADA 2026.

Avec seulement 10 kiosques disponibles, chaque exposant bénéficiera d'un espace de présentation pour faire rayonner ses produits et son savoir-faire.

Les inscriptions se font sur le site Web de l'ADA et les candidatures doivent être soumises au plus tard le 22 octobre 2025, accompagnées d'un fichier PDF présentant l'entreprise et les produits mis en avant.

Nous invitons tous les fournisseurs passionnés, créatifs et tournés vers l'avenir à saisir cette occasion unique de se démarquer et de contribuer activement à l'évolution de notre industrie.



LA COURSE À L'EXCELLENCE DES FOURNISSEURS

22 NOVEMBRE 2025

HILTON QUÉBEC

POUR S'INSCRIRE:



Le magazine

PRÉVENTION au TRAVAIL

Lisez nos articles au
preventionautravail.com

Reportage

Les batteries lithium-ion



Cherchez l'erreur

Le travail en clinique
vétérinaire



Reportage

Le leadership
organisationnel



Entrevue

Guillaume Nepveu



Reportage

La réalité des travailleuses
et travailleurs immigrants



Abonnez-vous dès maintenant à l'infolettre du *Prévention au travail* au **preventionautravail.com/abonnements** et visitez régulièrement notre site Web pour connaître vos droits et responsabilités en tant que travailleuse, travailleur ou employeur et pour ne rien manquer de nos articles en lien avec la santé et la sécurité du travail, les normes du travail et l'équité salariale.



DC1300-1235 (2025-07) Voir les mentions de source au preventionautravail.com

CNESST

irsst

troisième édition

sommet de la prévention



Réservez votre place
dès maintenant!

En plus de conférences enrichissantes, cet événement offre une opportunité unique d'échanger avec des experts et d'accéder à des outils concrets pour renforcer vos pratiques professionnelles. Ne manquez pas cette occasion de perfectionner vos connaissances en prévention!

Programme ÉpiSécure dédié aux membres de l'ADA

Prévention des vols internes et externes: une priorité pour les commerces de détail

La sécurité de votre commerce n'est pas une option, c'est une priorité. Chaque année, au Canada, les vols représentent une perte de 5 milliards de dollars pour le secteur du commerce de détail, affectant non seulement vos profits, mais aussi la confiance de vos clients. Ce constat souligne l'importance de mettre en place des stratégies efficaces de prévention des pertes au sein de votre commerce.

Une approche intégrée pour prévenir les pertes

1 » *Audit de prévention des pertes*

Évaluation des processus opérationnels et des dispositifs de sécurité existants afin d'identifier les failles actuelles ainsi que les moyens à mettre en place pour y remédier.

2 » *Enquêtes*

De la vérification préemploi aux enquêtes pour fraude ou malhonnêteté, nous vous accompagnons pour prendre des décisions, tout en respectant les lois en vigueur.

3 » *Formation du personnel*

Sensibilisation de vos équipes aux meilleures pratiques de prévention des pertes afin de réduire les risques.

4 » *Détectives de plancher*

Présence en magasin pour surveiller et détecter les tentatives de vol, et intervenir si nécessaire.

5 » *Visites de conformité*

Détection rapide des irrégularités grâce à des visites imprévues visant à évaluer le comportement de vos employés et à sécuriser vos opérations.

Un programme sur mesure pour protéger vos actifs

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.

PORTRAIT DE DÉTAILLANT

CÉDRIC DOMINGUE – UN ÉPICIER DE CŒUR AU SERVICE DE SON QUARTIER

Il y a un peu plus de deux ans et demi, Cédric Domingue et sa conjointe Lynne, sa mère Julie ainsi que son frère Florent sont devenus propriétaires du Metro Famille Domingue, en plein cœur du Vieux-Longueuil. Derrière cette acquisition, il y a un long chemin parcouru, ponctué de travail acharné, de passion pour le commerce de détail et d'un profond attachement aux valeurs humaines.

Cédric a fait ses premiers pas dans l'alimentation à 18 ans, comme emballeur dans un Metro de Blainville. Curieux et déterminé, il gravit rapidement les échelons, découvrant un univers où chaque journée est différente. Après des expériences dans des franchises à Pointe-aux-Trembles et à Saint-Hubert, l'opportunité de devenir indépendant s'est présentée. Inspiré par la famille Thibault, figure emblématique des détaillants indépendants Metro, Cédric s'était fixé un objectif clair : un jour, avoir son propre commerce, avec son nom sur la façade.

En mai 2021, le rêve devient réalité. La transition se fait avec tact et respect : l'équipe prend le temps de connaître

ses nouveaux propriétaires, et ceux-ci ajoutent progressivement leur touche personnelle.

Dès leur arrivée, les nouveaux propriétaires multiplient les initiatives communautaires. L'engagement social est, pour Cédric, une conviction qu'il souhaite perpétuer le plus longtemps possible. Le magasin poursuit sa collaboration avec Action Nouvelle Vie, en offrant des denrées tous les jours de la semaine. Un partenariat solide s'installe aussi avec le Centre de pédiatrie sociale de Longueuil : en décembre, une collecte de Noël permet d'amasser plus de 2000 \$ en une seule journée pour offrir cadeaux et réconfort aux enfants. Cédric s'implique également dans la Société de développement commercial Espace Saint-Charles, dont il est administrateur depuis deux ans, participant activement à la vitalité économique du secteur.

L'HUMAIN AVANT TOUT

Cette vision humaine se reflète aussi dans sa manière de gérer son équipe. Avec 80 à 90 employés, Cédric privilégie l'écoute et la participation. Les idées peuvent venir de partout, employés, gérants, commis, et sont toutes considérées. L'écoute est la clé. Il distingue le rôle d'un leader de

celui d'un patron : un leader inspire par l'exemple, dans le respect mutuel. Chez lui, pas de cris ni d'ordres : le respect doit circuler dans les deux sens. Il est particulièrement fier de la résilience de son équipe, qui a su transformer les défis liés au changement de direction en occasions de se dépasser.

UNE ÉPICERIE À L'ÉCOUTE DE SA CLIENTÈLE

Son rapport à l'alimentation est teinté d'expériences personnelles marquantes. Ayant connu lui-même l'insécurité alimentaire, il reste profondément sensible au gaspillage et à la précarité. Derrière certains vols à l'étalage, il perçoit souvent une détresse réelle, et cela le touche. Ces valeurs se traduisent par une volonté de rendre l'alimentation accessible à tous, même en période d'inflation. Cédric met en avant les marques maison, les formats familiaux, les promotions et les prix quotidiens réduits pour soutenir son quartier.

Pour lui, une épicerie de proximité, c'est bien plus qu'un point de vente : c'est un lieu de rencontre et de soutien, ancré dans son milieu. La clientèle est variée, aînés, familles, travailleurs, personnes à pied, et chaque relation

compte. Cette proximité se nourrit aussi de gestes concrets envers les initiatives sportives, scolaires et culturelles locales, Cédric étant convaincu que des jeunes bien nourris et actifs deviennent des adultes plus engagés.

Regardant vers l'avenir, Cédric imagine un magasin qui évolue avec son époque : une charcuterie repensée, des plats cuisinés pour les travailleurs, de nouveaux services qui répondent aux besoins concrets de la communauté. Dans dix ans, il espère continuer de développer ce commerce, voire en acquérir d'autres, afin de bâtir un héritage familial durable.

Quant à la relève, ses enfants sont encore jeunes, mais déjà curieux. envers le monde de l'alimentation.

Avec son parcours humble, son sens du leadership et son engagement profond envers les gens, Cédric Domingue incarne une vision de l'épicerie à taille humaine : un commerce où l'on vient non seulement pour remplir son panier, mais aussi pour trouver un visage familial, un service attentif et un véritable ancrage dans la vie du quartier.

CÉDRIC DOMINGUE | METRO FAMILLE DOMINGUE



POUR ÉCOUTER LE BALADO SUR CÉDRIC DOMINGUE
BALAYEZ LE CODE QR



LE GOUVERNEMENT SOUHAITE DIMINUER LES BARRIÈRES COMMERCIALES ENTRE LES PROVINCES ▾

Le projet de loi 112 présenté le 30 mai dernier a pour objectif d'abaisser les barrières inter-provinciales afin de permettre la commercialisation au Québec de produits canadiens tout en respectant les normes québécoises. Dans la continuité de l'Accord de libre-échange canadien (ALEC), le projet de loi permettra aussi une libre circulation des travailleurs qualifiés. Dans un souci de résolution des enjeux de main-d'œuvre, ce projet de loi crée un droit à la reconnaissance professionnelle pour les travailleurs qualifiés déjà autorisés dans une autre province canadienne, renforçant ainsi le recrutement interprovincial. Cette ouverture réglementaire pourrait favoriser un élargissement de l'offre de produits pour les détaillants en alimentation. Elle peut également réduire les coûts liés à la double conformité chez certains producteurs-transformateurs.

Dans ce contexte, nous avons été consultés par le MAPAQ qui se charge d'analyser les impacts de tels allègements. De façon générale, nous sommes favorables aux allègements réglementaires des partenaires de l'industrie tant que l'environnement d'affaires des détaillants est considéré dans le processus. **Toutefois, depuis le début de la crise tarifaire, certains acteurs ont mentionné la possibilité de vendre de l'alcool à domicile entre les provinces. Nous sommes opposés à cette libéralisation sans une réflexion préalable sur les impacts pour l'ensemble de l'industrie et particulièrement pour les détenteurs de permis comme les détaillants en alimentation qui répondent rigoureusement aux exigences. Des allègements dans ce secteur ne doivent pas se faire à la pièce.**



INFLATION ▾

Le contexte postpandémique s'est défini par une modération de la hausse des prix touchant l'ensemble des produits et services¹. Si nous observons une reprise de l'inflation dans le secteur de l'alimentation, c'est parce que le secteur tertiaire a dû absorber les impacts économiques de l'ensemble des acteurs de la chaîne, ce qui s'est reflété dans la structure de prix.

Nous sommes loin de la forte poussée inflationniste entre 2020 et 2023 avec 12 % de variation d'IPC pour les biens d'alimentation au Québec². Toutefois, nous sommes tout de même dans une période de reprise légère avec 3,5 % de variation en juillet 2025, expliquée par les contre-tarifs d'Ottawa³.

COMPARAISON AVEC D'AUTRES TYPES DE BIENS

En juillet 2025, l'inflation alimentaire au Québec s'établit à 3,5 %, un niveau nettement inférieur à celui du logement locatif (+7,1 %) et de l'énergie (gaz, eau, électricité; +4,0 %). Après les hausses significatives de 2022-2023, la progression des prix en alimentation s'est donc modérée. Pour les Québécois, la pression la plus lourde vient désormais du coût du logement, ce qui réduit leur marge de manœuvre budgétaire pour l'alimentation. Pour les détaillants, cette situation crée un double défi : composer avec des clients plus sensibles aux prix, tout en devant subir de nouvelles contraintes liées au prix de l'énergie et aux fluctuations économiques. En comparaison, la hausse des prix alimentaires apparaît aujourd'hui plus contenue, mais elle continue de jouer un rôle central dans la dynamique du panier d'épicerie.

En conclusion, les dernières mises à jour de Statistique Canada illustrent une stabilisation de l'inflation au pays bien qu'il y ait une légère augmentation à 3,5 % à la fin de l'été 2025. Les prix des produits alimentaires au Québec ont aussi contribué à diminuer l'inflation au Canada au cours des derniers mois suivant la moyenne générale nationale.

1 ADA – Grand dossier | 2 Statistique Canada : Prix | 3 <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2182336/guerre-commerciale-droit-douane-canada>



AUGMENTATION DE LA FACTURE D'ÉLECTRICITÉ À VENIR CHEZ LES PME QUÉBÉCOISES ▾

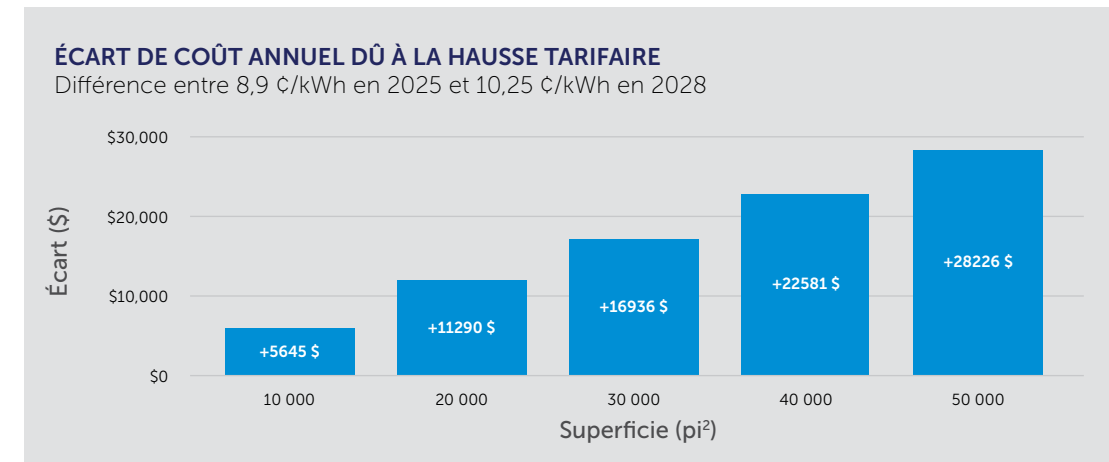
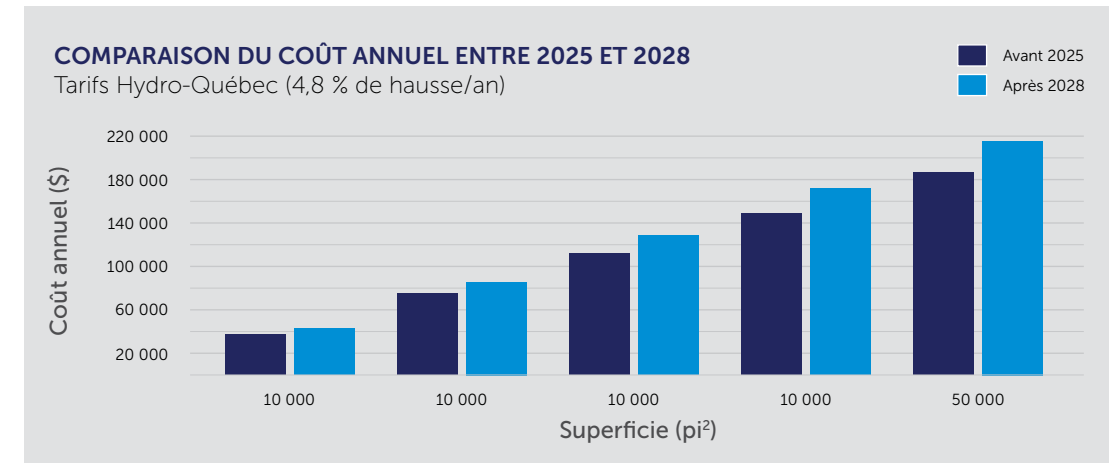
Hydro-Québec souhaite augmenter les tarifs d'électricité des commerçants et des industries de 4,8 % en 2026, 2027 et 2028 afin de continuer son développement et d'assurer la sécurité énergétique québécoise. Quelles sont les implications pour les détaillants du Québec? Selon la société d'État, le tarif moyen pour un client de petite puissance ($\leq 10\,000$ kWh/mois, puissance appelée ~ 40 kW) dans la catégorie commerciale est estimé à environ 8,9 ¢/kWh⁴ (hors frais de transport/distribution, TPS/TVQ). Selon l'Enquête canadienne sur la consommation d'énergie des bâtiments commerciaux, la médiane d'usage d'énergie à la source est de 1,66 GJ/m²/an, soit ≈ 42 kWh/pi²/an⁵. Cela aura pour effet une importante augmentation d'ici l'année 2028.

ÉCART DE COÛT ANNUEL ENTRE 2025 ET 2028

Nous présentons ici les effets cumulés des hausses tarifaires d'Hydro-Québec (+4,8 %/an) selon la superficie du commerce. Les données concernent les entreprises à petite puissance et sont généralisées pour le secteur en excluant les frais de transport/distribution, TPS/TVQ.

Superficies (pi²)	Coûts 2025 (\$)	Coûts 2028 (\$)	Écarts (\$) 2025–2028
10 000	37 380,00	43 025,22	+5 645,22
20 000	74 760,00	86 050,45	+11 290,45
30 000	112 140,00	129 075,67	+16 935,67
40 000	149 520,00	172 100,90	+22 580,90
50 000	186 900,00	215 126,12	+28 226,12

Projection établie par l'ADA, données issues des documents d'Hydro-Québec et Energy Star



Selon l'ADA, si les prévisions de hausses tarifaires d'Hydro-Québec sont autorisées, les tarifs d'électricité des PME auront augmenté de 20 % sur une période de 5 ans depuis 2023 pour les entreprises à petite puissance. Cela représente une augmentation de +2,25 ¢/kWh entre 2023 et 2028. Bien que ces politiques visent à épargner les clients résidentiels d'une nouvelle augmentation, cela heurtera tout de même les communautés en imputant notamment les charges aux commerces de quartier.

DOSSIER

POUR ÉVITER DAVANTAGE DE
DÉSERTS ALIMENTAIRES ▾

Nos membres sont en première ligne pour contrer les déserts alimentaires au Québec. Selon *Données Québec*, 420 000 Québécois vivent dans un désert alimentaire*. Les commerces de proximité situés en région sont les seuls à fournir un service alimentaire de base dans ces zones. Il s'agit non seulement d'un enjeu économique, de santé publique, mais aussi d'équité territoriale.

ET SI LA SOLUTION ÉTAIT LES SERVICES
DE PROXIMITÉ?

Les données issues de l'étude publique sur l'accessibilité alimentaire révèlent que ces zones en pénurie sont particulièrement présentes dans plusieurs secteurs urbains et régionaux du Québec. Certains secteurs de Montréal et son agglomération, ainsi que certains quartiers de Québec et Lévis ont un accès très limité aux commerces d'alimentation. On retrouve aussi des zones critiques dans les centres urbains de Trois-Rivières, Shawinigan et Sherbrooke. En région, des déserts alimentaires apparaissent dans plusieurs petites villes et communautés éloignées (Bas-Saint-Laurent, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Abitibi-Témiscamingue), où l'offre est restreinte à quelques commerces de proximité. Dans certains territoires, l'importance stratégique des détaillants alimentaires est vitale, car ils constituent parfois la seule réponse aux besoins des ménages. Cette situation réaffirme la pertinence des mesures de subvention du gouvernement pour assurer la pérennité des commerces en zones rurale et périurbaine.



* <https://www.donneesquebec.ca/recherche/dataset/indices-de-desert-alimentaire-et-d-accessibilite-aux-commerces-d-alimentation> Fiche synthèse – Indice désert alimentaire, Données Québec.



SAQ - DE NOUVELLES ORIENTATIONS QUI DIVISENT CHEZ LES DÉTAILLANTS ▾

PROJETS-PILOTES SAQ

Le 29 juillet dernier, la SAQ a déployé de nouveaux projets pilotes afin de moderniser son réseau et d'enrichir l'expérience client. Parmi les initiatives lancées : le concept SAQ Express 2.0, pensé pour répondre aux besoins de rapidité et d'accessibilité, ainsi que SAQ POP, un lieu axé sur la dégustation et le conseil.

En parallèle, certaines succursales ont été réaménagées avec l'ajout d'espace destiné aux produits à faible teneur en alcool et l'ajout de produits complémentaires comme les sodas toniques. Bien que nous puissions comprendre la volonté de la SAQ de mettre en place des innovations afin de stimuler leurs ventes, nous avons rapidement dénoncé l'ajout de ces types de produits.

La mission de la Société d'État se définit comme suit : *«La SAQ a pour mission de faire le commerce responsable des boissons alcooliques en offrant une vaste gamme de produits de qualité dans toutes les régions du Québec. Elle fait son commerce dans le respect des communautés et de l'environnement en s'assurant de créer de la valeur pour les Québécois et d'offrir une expérience client inégalée.»*

Ainsi, est-ce bien le rôle de la société d'État de vendre des produits non alcoolisés ainsi que des sodas? À titre de partenaires de la SAQ, nous considérons qu'il est déloyal que les tablettes des succursales se garnissent de produits sans alcool. Cette orientation ne répond à aucun besoin pour la clientèle déjà bien desservie. En effet, les détaillants en alimentation, dont la majorité détient un permis de vente d'alcool, sont en mesure d'offrir ces produits, selon les habitudes d'achat de leurs clients. En outre, de nombreux spiritueux québécois ont été retirés des tablettes au cours des prochains mois.

N'oublions pas que la société d'État a l'exclusivité pour une multitude de produits que nos détaillants ne peuvent pas vendre (spiritueux, vin d'importation privée, etc.). Comme ce dossier est fondamental pour l'économie du Québec, une discussion avec l'ensemble des acteurs impliqués est de mise.

MINI-AGENCES SAQ

Lors de la dernière édition du RADAR, nous avons partagé nos craintes quant aux critères d'octroi des nouvelles mini-agences SAQ – un nouveau concept similaire à celui des Agences SAQ – mais avec une gamme réduite de 30 produits. Alors que les huit projets pilotes ont été amorcés depuis le mois de juin, la SAQ a l'intention d'en ouvrir davantage au cours des prochains mois. Bien que nous saluions la genèse de cette orientation – qui témoigne que les détaillants qui opèrent une Agence SAQ sont rentables et conformes selon les critères demandés – nous avons eu l'occasion de réitérer nos inquiétudes à la SAQ concernant les critères d'octroi.

Lors de l'octroi de nouvelles ententes pour opérer une mini-agence, il sera primordial de considérer la concurrence des commerces du secteur. Ainsi, pourquoi ne pas offrir la possibilité d'ajouter cette gamme de produits à tous les détenteurs de permis d'épicerie des secteurs concernés plutôt que d'octroyer un avantage induit à un commerce seulement?



PRIX DU LAIT

Chaque année, la Régie des marchés agricoles et alimentaires (RMAAQ) fixe des prix minimums et maximums pour le lait régulier (selon le format et le taux de matière grasse). Ce mécanisme vise principalement à garantir la disponibilité de ces produits pour les Québécois.

On observe depuis 2020 que les résultats financiers des détaillants alimentaires (en millions \$), n'ont presque pas augmenté, tandis que le prix des produits laitiers et des produits en général a pu augmenter et diminuer sur cinq ans. La marge d'exploitation agrégée des détaillants en alimentation ne suit ni l'ampleur ni la chronologie des fluctuations du prix du lait.

Entre février 2023 et mai 2024, le prix coûtant, ce que nos membres payent aux laiteries, a augmenté pour presque tous les formats. Les prix minimums et maximums ont aussi été ajustés par la Régie, mais les marges nettes (minimums et maximums) restent très faibles, souvent entre 0,17 \$ et 0,40 \$ pour les formats de 1L et 2L.

En 2018, le prix coûtant du format 2L à 2% de matière grasse était d'environ 3,25 \$ pour un prix maximum à cette époque de 3,66 \$, ce qui équivalait à une marge maximale de 0,41 \$ pour les détaillants en alimentation. Cette marge maximale a stagné à 0,38 \$ jusqu'à aujourd'hui avec un prix coûtant d'environ 4,13 \$ avec un nouveau prix plafond de 4,51 \$ résultant d'une marge brute maximale de 0,38 \$ en 2025. Malgré la hausse du prix coûtant, la marge brute a ainsi diminué en six ans.

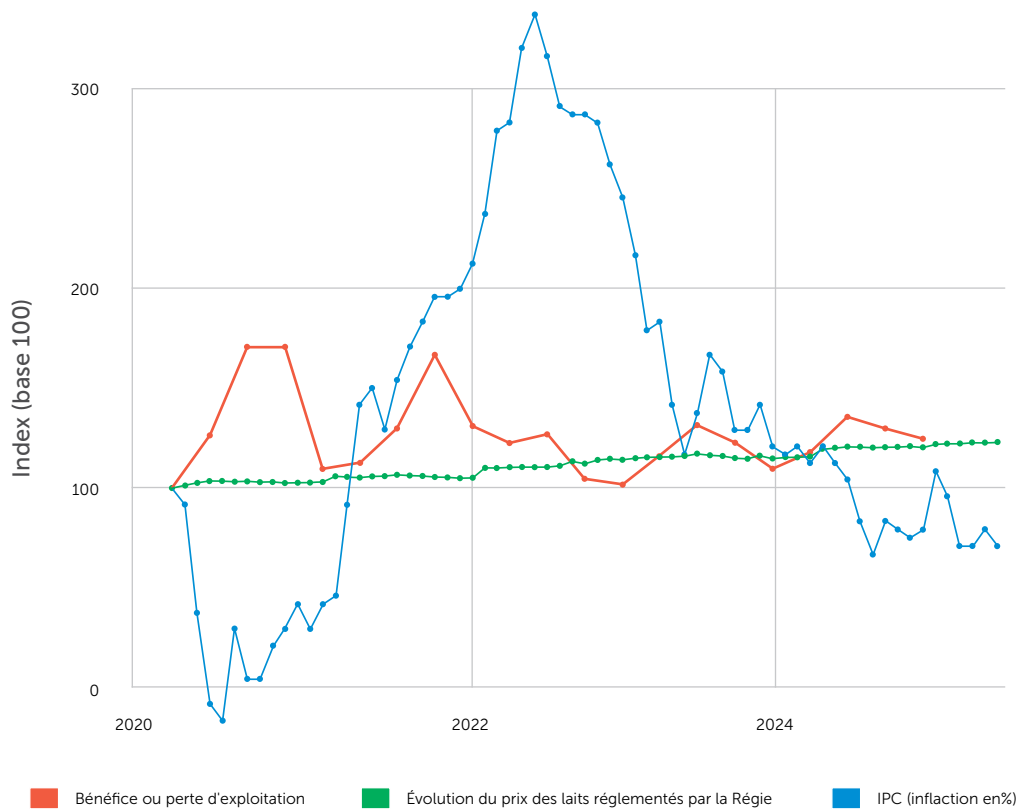
Vendre du lait devient donc de moins en moins rentable. Dans le graphique suivant, chaque colonne représente la marge brute en pourcentage du prix de vente pour un format donné.

Entre 2023 et 2025, la marge brute des détaillants sur le lait a reculé de 5 % à 7 % du prix de vente rendant de plus en plus difficile de couvrir les coûts fixes. Pourtant, les frais d'exploitation liés à la vente de lait continuent de croître : ils comprennent le coût d'achat du lait (en hausse constante), qui représente une large part du prix de détail, mais aussi les frais de transport et de distribution (en forte augmentation depuis 2021), le coût de conservation (électricité des réfrigérateurs, en hausse de 4,7 % entre 2023 et 2025), ainsi que les coûts de main-d'œuvre liés à la manutention et à la vente des produits.

Selon cette analyse, lors de la prochaine audition de la RMAAQ, nous présenterons des orientations afin de garantir l'accessibilité des produits de laits réguliers via des marges au détail assurant la mise en marché pour l'ensemble de la province.

MARGE BÉNÉFICIAIRE DES MAGASINS EN ALIMENTATION CANADIENS ET IPC EN ALIMENTATION

Étude menée par l'ADA, données issues des indices de prix et des rapports et des éléments du bilan, de l'état des résultats financiers trimestriels de Statistique Canada²



¹ LAPLANTE, Maxime, « Le prix du lait : lequel ? », IRIS, 30 novembre 2022, <https://iris-recherche.qc.ca/blogue/autre/prix-du-lait/#:~:text=Pour%20maintenir%20un%20certain%20C3%A9quilibre%2C,le%20maximum%20est%20de%202%2C08%24%2Flitre> | ² STATISTIQUE CANADA, Éléments du bilan et de l'état des résultats financiers trimestriels, selon la branche d'activité, données désaisonnalisées (x 1 000 000), 2025, <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=3310022601> | ³ HYDRO-QUÉBEC, 2023 Tarifs d'électricité, 2023, p. 18, <https://www.hydroquebec.com/data/documents-donnees/pdf/tarifs-electricite-2023.pdf?v=20240301> | ⁴ HYDRO-QUÉBEC, Portrait de consommation d'électricité – Commerces alimentaires (fiches efficacité énergétique) | ⁵ INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, L'emploi au salaire minimum au Québec : évolution depuis 25 ans, 29 avril 2024, <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/publication/emploi-salaire-minimum-quebec-evolution-25-ans> | ⁶ STATISTIQUE CANADA, Conteneur le prix des services d'expédition, 7 août 2024, <https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/6771-conteneur-le-prix-des-services-dexpedition> | ⁷ FCC-FAC, « Fabrication de produits laitiers : Rapport FAC sur le secteur des aliments et des boissons 2024 », <https://www.fcc-fac.ca/fr/savoir/rapport-aliments-boissons-2024-fabrication-de-produits-laitiers> | ⁸ STATISTIQUE CANADA, indice prix des services de loyers commerciaux | ⁹ FMI Supermarket Loss Prevention Report ; Statistique Canada, Food retail shrinkage studies. | ¹⁰ MORISSETTE, Nathaëlle, « Les vols, les pertes et la violence sont en hausse », 15 mai 2025, <https://www.lapresse.ca/affaires/2025-05-15/vols-a-l-etage-dans-les-magasins/les-vols-les-pertes-et-la-violence-sont-en-hausse.php>



BIOMÉTRIE : POURQUOI METTRE LA BIOMÉTRIE À LA POUBELLE? ▾

La montée du vol en magasin accroît considérablement les pertes pour les détaillants en alimentation. La biométrie par vidéoprotection se démarque comme un outil efficace pour sécuriser les commerces et protéger à la fois les commerçants et leurs clients, qui subissent également les conséquences de ces méfaits. Une personne témoin d'un vol est en effet plus susceptible de ne jamais revenir dans le commerce concerné. Pourtant, le gouvernement du Québec limite fortement son usage. Les détaillants doivent obtenir le consentement explicite de chaque client avant l'entrée en magasin et informer la Commission d'accès à l'information (CAI) s'ils souhaitent recourir à la biométrie. Conformément aux articles 44 et 45 de la Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information (LCCJTI), toute entreprise doit divulguer à la CAI si elle vérifie l'identité d'une personne au moyen de caractéristiques biométriques ou si elle crée une banque de données biométriques. Ce cadre juridique restreint l'adoption d'outils de prévention efficaces, alors que les vols entraînent des pertes significatives pour les détaillants en alimentation. Ces coûts supplémentaires se répercutent directement sur les consommateurs, qui paient aussi pour ces vols. L'ADA observe toutefois des modèles inspirants ailleurs. À New York, par exemple, l'usage de la biométrie est encadré mais permis, une politique municipale exigeait l'affichage d'un panneau de 8,5"x11" à l'entrée des commerces signalant la collecte de données biométriques, ce qui suffisait à valider le consentement. L'ADA défend une utilisation balisée et responsable de la biométrie dans le commerce de détail : sécuriser les établissements et protéger les clients tout en évitant tout usage portant atteinte aux libertés individuelles. Cela requiert un encadrement plus souple, strictement lié à la sécurité, permettant par exemple d'autoriser certains usages ciblés comme la reconnaissance faciale anti-vol ou le paiement biométrique volontaire, tout en interdisant la surveillance généralisée et tout usage marketing sans consentement explicite.

ÉLECTIONS MUNICIPALES ▾

Les électeurs des 1100 municipalités du Québec sont invités aux urnes le 2 novembre prochain à l'occasion des élections générales municipales. Ce sont plus de 8000 postes d'élus municipaux qui seront pourvus ce jour-là. Certains maires de grandes municipalités ont décidé de ne pas solliciter un nouveau mandat. Nous pouvons donc nous attendre à l'arrivée de plusieurs nouveaux visages et formations politiques.

Comme entrepreneurs ancrés dans leurs communautés, les détaillants en alimentation sont souvent grandement mobilisés auprès de différentes causes. Les prochaines élections seront une occasion de rappeler l'importance de notre secteur dans les communautés du Québec ainsi que la nécessité pour les différents paliers de gouvernement de considérer l'environnement d'affaires complexe des détaillants. Pensons notamment au dossier du plastique où l'implication simultanée des trois paliers de gouvernement peut être un frein à l'adoption de pratiques plus durables.

PREMIER BUDGET DU GOUVERNEMENT CARNEY ▾

Le premier budget du gouvernement Carney sera déposé le 4 novembre prochain. En amont, le ministre des Finances a donc consulté l'ensemble des parties prenantes au courant de l'été en vue de présenter ses prochaines orientations.

Pour l'occasion, nous avons réitéré l'importance de soutenir la vitalité et la compétitivité des commerces de proximité. Nos membres, ancrés dans toutes les régions du Québec, jouent un rôle clé dans la sécurité alimentaire et l'économie locale, mais font face à des pressions croissantes liées aux coûts d'exploitation et à la rareté de la main-d'œuvre notamment.

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

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

CONSIGNE

RETOUR SUR L'ÉTÉ ▾

Pour plusieurs, la saison estivale rime avec belle température et consommation de breuvages rafraîchissants. Pourtant, pour une majorité de détaillants, la consigne ne fut aucunement rafraîchissante lors de cette période achalandée.

Avec l'ajout de plus d'un milliard de contenants dans le réseau, la pression ressentie chez les détaillants de certains secteurs a engendré plusieurs enjeux opérationnels, parfois même des bris de services dans certains cas. Depuis plusieurs mois, l'ADA a exprimé la nécessité d'augmenter la capacité de reprise des contenants par les récupérateurs, plusieurs mesures de mitigations ainsi que le déploiement des centres de retour opérés par Consignaction. Plusieurs solutions temporaires ont été mises en place par les équipes de Consignaction afin de pallier différents enjeux régionaux. Toutefois, à l'issue de la période la plus achalandée de l'année, nous sommes en mesure de constater le manque de mesures pérennes. Il sera primordial que l'organisme de gestion désigné (OGD) ainsi que les différents partenaires concernés fasse un bilan des enjeux rencontrés afin de mettre en place des mesures concrètes.

Les détaillants propriétaires ont à cœur le service offert à leur clientèle. D'ici la complétion du réseau, nous poursuivrons notre collaboration active avec Consignaction afin que l'image des détaillants demeure à la hauteur de leur ambition.

L'ADA suivra aussi les avancées du nouveau ministère dans les prochaines semaines.





RETOUR DE DÉTAILLANTS AYANT ÉTÉ REGROUPÉS À UN LIEU DE RETOUR CONSIGNACTION ▼

Malgré que le déploiement du réseau de lieux de retour gérés par Consignaction ait été retardé, 84 lieux de retour sont opérationnels en date du 19 septembre 2025. Après une période de transition suivant l'ouverture de ces centres, les détaillants du secteur cessent de reprendre les contenants consignés. Les clients sont alors redirigés vers le lieu de retour Consignaction. Il s'agit d'une très bonne nouvelle pour ces détaillants, qui peuvent tourner la page au niveau de la récupération des contenants, tout en assurant une transition harmonieuse avec leurs clients. Ainsi, au début novembre, il y aurait 127 détaillants alimentaires concernés par ces regroupements.

Certains de nos membres ayant été regroupés à un centre Consignaction nous ont partagé l'état de leurs opérations à ce sujet :

« Depuis le 18 août 2025, notre magasin Pasquier de Saint-Jean-sur-Richelieu est regroupé avec trois centres Consignaction. Cette transition a grandement simplifié nos opérations et nos clients apprécient la facilité du nouveau processus. Une bonne communication a été la clé pour assurer une adaptation harmonieuse, tant à l'interne qu'après de notre clientèle. »

ANNIE PAQUETTE

Directrice générale de Pasquier

« Notre magasin de Valleyfield a la chance d'être regroupé à un centre Consignaction + depuis le mois de février 2025. Consignaction a repris le local que nous occupions pour la reprise de la consigne depuis la pandémie. Depuis, nous entendons beaucoup de commentaires positifs des clients. Cela a grandement allégé nos opérations comme nous reprenons un fort volume de contenants consignés. La clé du succès de cette transition demeure la communication avec l'ensemble des parties prenantes. Nous avons bien hâte que notre deuxième magasin de Coteau-du-Lac soit regroupé afin d'assurer un service à la clientèle à la hauteur de nos ambitions. »

FRÉDÉRIC VINCENT

Propriétaire du IGA Valleyfield et IGA Coteau-du-Lac

Comme prévu, des volumes records ont été constatés sur le terrain cet été suivant l'ajout de nouveaux contenants consignés depuis le 1^{er} mars 2025.

Près de 300 millions de contenants ont été retournés dans le réseau en juillet 2025. De ce nombre, 80% du volume a été repris chez les détaillants en alimentation participants. Cela illustre clairement pourquoi plusieurs magasins ont eu des difficultés opérationnelles au courant de la période estivale et la nécessité de poursuivre activement le déploiement du réseau d'offrir un service qui répond aux attentes des usagers.

POUR JOINDRE CONSIGNACTION

Service à la clientèle (détaillants) : 1 877 226-3883 option 2 / detaillants@consignaction.ca
Pour un suivi urgent : 1 877 223-7975

À LA MÉMOIRE DE

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



MADAME

SUZANNE RICHER PERRIER 1938-2025

C'est avec émotion que nous rendons hommage à madame Suzanne Perrier, épouse de feu Georges Perrier, décédée le 14 juin 2025 à Blainville.

La famille Perrier a profondément marqué le commerce de détail alimentaire au Québec. Leur parcours débute en 1974 avec l'ouverture d'une première épicerie Richelieu à Montréal-Nord. Au fil des ans, ils ont poursuivi leur engagement auprès des consommateurs en acquérant une épicerie Metro à Longueuil, puis en s'établissant sur la Rive-Nord en 1980. On leur doit notamment la gestion de magasins à Sainte-Thérèse, Bois-des-Filion et Laval-Ouest. Après près de cinq décennies d'implication, la famille s'est retirée du milieu en 2022.

L'ADA tient à souligner l'apport remarquable de la famille Perrier et à offrir leurs plus sincères condoléances à leurs 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

69^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

21, 22 ET 23 NOVEMBRE 2025
AU HILTON QUÉBEC

UN INCONTOURNABLE DE L'AUTOMNE !

Retrouvons-nous au Hilton Québec du 21 au 23 novembre pour vivre deux journées remplies d'échanges et de découvertes. Dès le vendredi après-midi, le 69^e Congrès de l'ADA proposera une programmation riche : conférences actuelles, activités de réseautage et nouveautés de l'industrie.

Ce rassemblement annuel est l'occasion idéale de partager les enjeux qui façonnent le commerce de détail alimentaire, d'apprendre les uns des autres et de découvrir de nouveaux produits et pratiques. Soyez de la rencontre qui unit détaillants et fournisseurs sous un même toit !



**INSCRIVEZ-VOUS
DÈS MAINTENANT!**

MERCI À NOS PARTENAIRES

metro

 **Loto
Québec**

 **Provigo**

 **Sobey's** 

arneg
CANADA



PROGRAMME PRÉLIMINAIRE*

VENDREDI

CONFÉRENCE

Immigration temporaire : l'impact des mesures en place sur les travailleurs et leurs employeurs avec Me Yvonne Nguyen



CONFÉRENCE

Gestionnaires : l'impact du savoir-être sur vos équipes et vos clients avec Sylvain Boudreau



TÉMOIGNAGE

Faire face à l'imprévu : comment deux marchands ont géré l'inattendu avec Jimmy Mondor propriétaire du IGA extra Famille Mondor et Marc et Josianne: propriétaires du Carrefour du Lac Brompton



CONFÉRENCE

Perception et défis de l'industrie alimentaire avec Sylvain Charlebois

DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

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



SAMEDI

AGA :

Détaillants et Fournisseurs

DOSSIERS POLITIQUES :

Samuel Bouchard Villeneuve

LA COURSE À L'EXCELLENCE DES FOURNISSEURS



TEMPLE DE LA RENOMMÉE

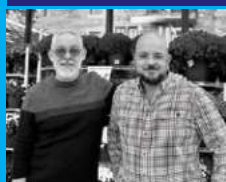
Soirée animée par **Mélanie Maynard**



VOLET FOURNISSEUR

LAITIÈRE DE
Coaticook Ltée

VOLET DÉTAILLANT



Franck Henot et Danny Therrien
Intermarché Boyer



Robert, Mario et Guy Paquette
Pasquier



Daniel Vallée
IGA extra Vallée



Denis Brisebois
Metro

DIMANCHE

DISCOURS DE CLÔTURE ET DÉJEUNER.

ASSEMBLÉE ANNUELLE

AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES DÉTAILLANTS

Cher membre détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. Michel Dépatie, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres détaillants de l'ADA, qui aura lieu dans le cadre du 69^e congrès annuel de l'Association, le samedi 22 novembre 2025 au Hilton Québec.

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

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

Je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

Annie Paquette

Directrice générale

Marché d'alimentation Pasquier – Secrétaire de l'ADA



AVIS DE NOMINATION
DÉTAILLANT

APPEL À CANDIDATURES POUR LES POSTES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2026-2028 MEMBRES FOURNISSEURS

Le comité de nomination de la section Membre Fournisseur (SMF) vous informe qu'il y aura une élection de membres du conseil d'administration de la SMF lors de la prochaine assemblée annuelle de l'ADA, qui se tiendra le 22 novembre 2025 au Hilton Québec.

Nous vous invitons à soumettre votre candidature pour l'exercice financier 2026-2028.

Chaque année, six (6) postes au conseil d'administration sont ouverts aux candidatures.

Les candidatures seront retenues en tenant compte des critères suivants, selon l'article 13.5 des règlements internes :

Diversité dans la représentation des secteurs d'activité
Représentation provinciale
Pouvoir décisionnel
Réseautage
Représentation de l'industrie avant tout
Disponibilité

Tout membre fournisseur en règle pourra poser sa candidature au poste de directeur. Pour ce faire, il devra soumettre, par écrit, une demande de mise en candidature en remplissant le formulaire prévu à cet effet, dûment signé par un (1) membre fournisseur en règle.

Cette demande devra parvenir au secrétaire de la section au moins trente (30) jours avant la tenue de l'assemblée annuelle des membres fournisseurs, soit au plus tard le 23 octobre 2025. Passé cette date, les candidatures ne seront plus acceptées.

Nous vous invitons à déposer votre candidature et à vous impliquer dans le monde alimentaire.

Christian Bérubé

Directeur Régional Groupe St-Hubert détail | Secrétaire SMF



AVIS DE NOMINATION
FOURNISSEUR

69^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

TYPES D'INSCRIPTION

Coûts inscription (+ taxes)

Détaillant	Membre*	Non-membre
Dépanneur et magasin spécialisé	550 \$	660 \$
Épicerie (– de 10 000 p ²)	770 \$	880 \$
Épicerie (+ de 10 000 p ²)	990 \$	1 100 \$

Fournisseur / Distributeur	
Membres*	1 860 \$
Non-membres	2 370 \$

*Cotisation payée

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

Coûts inscription à la carte (+ taxes)

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

Escouade jeunesse (Service de garde)

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

COMMANDITES

Liste des commandites disponibles

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



INSCRIPTION
PLAN DE
COMMANDITE

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



RÉSERVEZ VOTRE HÉBERGEMENT
DÈS MAINTENANT!

Pour réserver votre chambre :
scannez le code QR ou sans frais au
1-800-447-2411 en mentionnant GADAQ.

ÉQUITÉ SALARIALE

Ne tombez pas dans le piège de ces 5 mythes!

Employeur, êtes-vous certain de bien comprendre vos obligations en matière d'équité salariale?
Pour éviter les erreurs, démystifions cinq mythes tenaces.

MYTHE 1

Produire la Déclaration de l'employeur en matière d'équité salariale signifie réaliser ses travaux d'équité salariale

Produire la Déclaration de l'employeur en matière d'équité salariale (DEMES) et faire vos travaux d'équité salariale sont deux obligations distinctes. Explications :

- La **DEMES** est un court questionnaire en ligne qui sert à informer la CNESST de la réalisation de vos travaux d'équité salariale. Une fois que vous avez recensé les informations et les documents nécessaires, produire la DEMES prend seulement quelques minutes.
- Les travaux d'équité salariale, soit l'exercice initial et l'évaluation du maintien à réaliser tous les cinq ans, nécessitent un processus qui peut s'échelonner sur plusieurs semaines. Leur objectif est de vérifier que les personnes qui occupent des emplois dits féminins au sein de l'entreprise, c'est-à-dire les emplois traditionnellement ou majoritairement exercés par des femmes, reçoivent des salaires équitables. Si ce n'est pas le cas, il faut faire les ajustements salariaux requis.

MYTHE 2

Les employeurs de la construction sont exemptés de réaliser l'équité salariale

Même si certaines conditions de travail, comme les salaires, sont imposées par la Commission de la construction du Québec, vous devez réaliser des travaux d'équité salariale si vous êtes assujettis à la *Loi sur l'équité salariale*. Comment savoir si vous êtes assujetti à la *Loi*? Vous devez **calculer le nombre de travailleuses et travailleurs** dans votre entreprise et, si la moyenne atteint 10 ou plus, c'est que vous y êtes assujetti. D'ailleurs, toutes les entreprises de compétence provinciale comptant cette moyenne doivent réaliser des travaux d'équité salariale, quel que soit le secteur d'activité.

MYTHE 3

Le salaire minimum et le salaire à pourboire suffisent à assurer l'équité salariale au sein de mon entreprise

Payer tous vos travailleurs et travailleuses le même salaire ne garantit pas nécessairement l'équité salariale dans votre entreprise. Pour assurer l'équité salariale, vous avez l'obligation de réaliser vos travaux d'équité salariale afin de vérifier si de la **discrimination basée sur le sexe** est présente dans les pratiques salariales de l'entreprise. Plus précisément, vous devez vous assurer que la rémunération des emplois féminins dans votre entreprise reflète leur valeur réelle. Dans ces travaux, vous devez inclure les travailleuses et travailleurs qui sont payés au salaire minimum ou à pourboire.

MYTHE 4

Embaucher aussi bien des hommes que des femmes évite les iniquités salariales

L'équité salariale fait référence à la prédominance sexuelle des emplois, et non au sexe des personnes qui occupent les emplois. Un homme peut très bien occuper un emploi féminin, comme caissier ou adjoint administratif. Il pourrait donc avoir droit à un ajustement salarial si une iniquité dans la rémunération de son emploi est constatée. Lors de vos travaux d'équité salariale, il faut vérifier que vos travailleuses et travailleurs qui occupent un emploi à prédominance féminine reçoivent un salaire égal à celui des personnes qui occupent un emploi à prédominance masculine, si ces emplois ont une valeur équivalente dans votre entreprise. On compare donc **des emplois différents qui ont la même valeur dans l'entreprise**.

MYTHE 5

La présence d'échelles salariales ou d'un syndicat suffit à garantir l'équité salariale

Avoir des échelles salariales dans une entreprise signifie qu'il existe probablement une structure pour fixer les salaires selon l'expérience et l'ancienneté. Cependant, cela ne garantit pas que les emplois féminins sont payés à leur juste valeur. Des écarts peuvent exister malgré la présence d'échelles salariales. Peu importe les conventions collectives, les décrets ou toute autre entente, la loi doit être respectée. Vous devez donc réaliser des **travaux d'équité salariale** même si votre entreprise a un syndicat ou des échelles salariales.

DC1300-1236 (2025-09)



Soutien et conseils pour vos travaux d'équité salariale

La CNESST met à votre disposition des outils et des **formations sans frais** pour vous aider dans la réalisation de vos travaux. Pour des conseils adaptés à votre situation, **contactez la CNESST**.

62^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA




À VOS CALENDRIERS :
25 MAI 2026!

**RÉSERVEZ LA DATE DÈS MAINTENANT POUR
LE 62^e TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ADA
AU CLUB DE GOLF ELM RIDGE, À L'ÎLE-BIZARD.**

Cette journée, devenue une belle tradition de l'Association, offre une occasion privilégiée de rencontrer collègues, partenaires et fournisseurs dans une atmosphère professionnelle et conviviale. Brunch d'accueil, parcours en formule Vegas à 4 joueurs, kiosques gourmands, réseautage sur le terrain et cocktail dînatoire : tout sera réuni pour en faire un moment à échanger sur les enjeux de l'industrie.

Les inscriptions ouvriront sous peu. Surveillez nos prochaines communications pour réserver votre place et prendre part à cet événement incontournable de la communauté alimentaire.



Depuis septembre 2024, Québec et Ottawa ont resserré plusieurs règles entourant l'embauche de travailleurs étrangers temporaires (TET), notamment avec l'imposition de quotas pour les postes dits à bas salaire. À première vue, ces mesures ont pu donner l'impression que le recrutement international était devenu inaccessible.

POURTANT, L'ANALYSE DES FAITS RÉVÈLE QUE DIVERSES SOLUTIONS EXISTENT ET FONCTIONNENT RÉELLEMENT.

Pour les détaillants en alimentation, qui vivent une pénurie de main-d'œuvre sans précédent, le recrutement international demeure un levier puissant pour pourvoir des postes essentiels et assurer la continuité des opérations.

UNE RÉALITÉ DIFFICILE... MAIS PAS SANS ISSUE!

Oui, les nouvelles règles imposent davantage de contraintes : des quotas de TET à bas salaire, des exigences administratives plus strictes et des délais parfois plus longs. Mais ce serait une erreur de conclure que le recrutement international est bloqué.

En réalité, plusieurs stratégies permettent non seulement de continuer à recruter, mais aussi de sécuriser sa main-d'œuvre à long terme. L'important est de connaître les avenues possibles et de se faire accompagner par des spécialistes capables de transformer les contraintes en opportunités.

Recrutement international : des solutions existent pour sécuriser votre main-d'œuvre

5 SOLUTIONS CONCRÈTES POUR VOS BESOINS EN RECRUTEMENT

MISER SUR LA RÉSIDENCE PERMANENTE DES TRAVAILLEURS EN PLACE ▼

Beaucoup de commerces comptent déjà sur des travailleurs étrangers temporaires précieux et expérimentés. Or, tant qu'ils ont le statut de TET, ils entrent dans les quotas et limitent la capacité d'embauche future.

La solution?
Les accompagner vers la résidence permanente.

Une fois ce statut obtenu, ils sortent des quotas et deviennent des employés stables, enracinés au Québec. Pour l'employeur, c'est une façon de libérer de la place pour de nouvelles embauches tout en fidélisant ses meilleurs éléments.

CONSIDÉRER DIFFÉRENTS LIEUX DE TRAVAIL ▼

Les quotas de travailleurs étrangers temporaires s'appliquent par lieu de travail déclaré. Ainsi, une entreprise qui exploite plusieurs succursales, entrepôts ou points de vente peut parfois optimiser ses demandes en répartissant stratégiquement les postes.

Avec une bonne planification, il est donc possible d'augmenter le nombre total de travailleurs recrutés, tout en respectant le cadre réglementaire.

EXPLORER LES POSTES À HAUT SALAIRE (+ 34,62 \$/H) ▼

Les restrictions actuelles visent surtout les postes à bas salaire. Mais pour les postes rémunérés 34,62 \$/h et plus, les règles sont beaucoup plus flexibles.

Cela ouvre des perspectives intéressantes pour :
Les gestionnaires de commerce;
Les superviseurs;
Certains postes spécialisés en logistique ou en administration.

Recruter à ce niveau permet de répondre à vos besoins stratégiques, tout en construisant une équipe solide et complémentaire.

DIVERSIFIER LES BASSINS DE RECRUTEMENT ▼

Ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier est une règle d'or. En collaborant avec GLL Immigration, vous avez accès à des bassins variés et fiables : Philippines, Madagascar, Maurice, Maroc, Tunisie, France, Mexique, Sénégal et Colombie.

Ces pays offrent des candidats motivés, expérimentés et adaptés aux réalités du commerce de détail. Cette diversité permet de sécuriser vos processus, même si un pays ou une région est momentanément plus difficile d'accès.

PRÉPARER DES DOSSIERS SOLIDES ET STRATÉGIQUES ▼

Une demande mal préparée peut coûter des mois et mener à un refus. À l'inverse, un dossier rigoureux, aligné avec les attentes gouvernementales, a toutes les chances d'aboutir rapidement.

C'est ici que l'accompagnement d'experts fait toute la différence.

POURQUOI UN ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL CHANGE-T-IL TOUT?

Naviguer seul dans les méandres des règles d'immigration, surtout dans un contexte mouvant, est un pari risqué. En revanche, un accompagnement stratégique permet de maximiser chaque possibilité offerte par le système.

Chez GLL Immigration, nous aidons les employeurs à :
Identifier les meilleures stratégies selon leur réalité (quotas, lieux de travail, salaires, besoins spécifiques);
Sécuriser les travailleurs déjà en poste grâce à la résidence permanente;
Recruter efficacement à l'étranger avec des bassins de candidats fiables;
Réduire les délais grâce à des dossiers complets et conformes;
Transformer la contrainte réglementaire en plan de croissance durable.

CONCLUSION : CHOISIR L'ACTION PLUTÔT QUE LA RÉSIGNATION

Les détaillants en alimentation du Québec affrontent une pénurie historique de main-d'œuvre. Les règles plus strictes entourant les travailleurs étrangers temporaires compliquent la tâche, mais elles n'empêchent pas de recruter ni de fidéliser vos employés.

La clé, c'est de connaître les solutions et de s'entourer des bons partenaires.

Avec GLL Immigration, vous avez accès à une équipe passionnée, rigoureuse et engagée, qui connaît le terrain et sait transformer les défis en opportunités concrètes.

Il existe toujours une solution, et nous sommes là pour vous aider!



PORTAIT DE FRÉDÉRIC VINCENT

Les détaillants en alimentation : des incubateurs d'intégration

Le sujet de l'immigration a fait couler beaucoup d'encre au cours des derniers mois. En ce qui concerne notre secteur, depuis quelques années, de nombreux marchands dépendent de l'intégration de quelques travailleurs étrangers temporaires afin d'assurer une stabilité dans leurs opérations et une offre de service à la hauteur de leur ambition. Naturellement, bien que certains gains en productivité puissent être générés dans quelques processus grâce à l'innovation, ces entreprises demeurent des magasins de service. La force de ces commerces repose donc sur la qualité du service à la clientèle offert grâce à une main-d'œuvre dévouée et spécialisée. Dans un contexte où le bassin de main-d'œuvre est faible, principalement dans plusieurs régions, le recours à ce type de main-d'œuvre devient alors rapidement nécessaire pour plusieurs de ces commerces.

Fort d'une consultation auprès de certains membres, l'ADA a eu l'occasion de présenter ses orientations dans le cadre de la consultation pluriannuelle sur l'immigration du gouvernement du Québec. Les différents témoignages recueillis au cours de l'exercice illustrent le succès de plusieurs détaillants, des incubateurs d'intégration, qui ont à cœur d'inclure de façon harmonieuse et pérenne ces travailleurs.

Dans le cadre de notre mémoire présenté dans la consultation de la planification pluriannuelle de l'immigration au Québec (2026-2029), nous présentons quatre demandes spécifiques :

Un prolongement de trois ans des permis pour les travailleurs temporaires.

Une clause de droits acquis afin de préserver les droits existants et la qualité du processus d'immigration que permettent nos membres.

Une réouverture du PEQ pour les travailleurs temporaires et les étudiants étrangers.

Un élargissement à notre secteur pour les exemptions d'EIMT d'accès aux PTET, tout en interpellant le gouvernement fédéral sur sa méthodologie de sélection et une hausse du seuil de chômage de 6 % à 8 %.

Alors que les règles entourant le Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET) ont été resserrées l'automne dernier, plusieurs de nos membres vivent des contrecoups bien réels. Pourtant, au-delà de ce débat complexe aux multiples facettes, il existe une multitude d'histoires d'intégration, de respect et d'engagement.



CONTEXTE

RENCONTRE AVEC FRÉDÉRIC VINCENT, PROPRIÉTAIRE DE DEUX IGA EN MONTÉRÉGIE (VALLEYFIELD ET COTEAU-DU-LAC), QUI VOIT DEPUIS QUELQUES ANNÉES L'INTÉGRATION DE TRAVAILLEURS TEMPORAIRES AU SEIN DE SES ÉQUIPES COMME ÉTANT UN ÉCHANGE MUTUELLEMENT BÉNÉFIQUE.

QU'EST-CE QUI VOUS A MOTIVÉ À EMBAUCHER DES TET À L'ORIGINE?

L'embauche de travailleurs temporaires a commencé lors de la pandémie alors qu'il était très difficile pour nous de recruter. Le recours aux travailleurs étrangers temporaires était la seule option viable pour nous à ce moment. À l'époque, nous avons embauché trois employés, dont deux qui sont d'ailleurs encore dans l'équipe. Nous avons constaté rapidement que ces travailleurs permettent de compléter adéquatement notre équipe, mais aussi de bonifier l'offre en magasin et de parfaire nos connaissances grâce à leurs compétences. Leur intégration est donc un choix réfléchi.

ACTUELLEMENT, COMBIEN DE TET TRAVAILLENT DANS VOS DEUX MAGASINS?

Nous avons 16 TET au total, dont 6 qui sont avec nous depuis plus de trois ans. Des 10 restants, seulement 5 pourront être renouvelés afin de respecter les nouvelles règles.

POUEZ-VOUS NOUS PARLER DE VOTRE EXPÉRIENCE AVEC LES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS TEMPORAIRES TET DANS VOTRE MAGASIN?

Travailler avec des travailleurs étrangers temporaires dans les commerces ne se fait pas par dépit, mais par choix, car il y a un échange de culture, mais aussi un effort d'intégration qui est bénéfique autant pour l'entreprise que pour l'employé nouvellement arrivé. Face aux besoins d'augmentation de productivité, il serait possible d'automatiser certaines tâches afin d'abaisser les dépenses des détaillants, mais comme nous sommes des magasins de service, nos activités nécessiteront toujours plusieurs employés. Les travailleurs internationaux s'inscrivent comme une main-d'œuvre fiable permettant de compléter notre personnel. C'est pourquoi nous avons mis en place énormément d'outils afin de veiller à leur intégration et je suis fier de dire que l'embauche de ces employés a fait grandir et évoluer notre organisation.

COMMENT SE DÉROULENT L'ACCUEIL ET L'INTÉGRATION DANS VOS MAGASINS? AVEZ-VOUS MIS EN PLACE DES MESURES PARTICULIÈRES POUR FACILITER L'ADAPTATION DES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS?

L'arrivée dans un nouveau pays peut engendrer un grand stress. C'est pourquoi nous veillons à faciliter tous les aspects de leur intégration, notamment au niveau économique, social et linguistique. Sans exception. Pour nous, ça fait partie de notre devoir.

Ainsi, en plus de veiller à leur installation en matière de logement, nous les accompagnons pour leur forfait cellulaire, pour l'ouverture d'un compte bancaire. Toutes ces conditions leur permettent de bien s'établir au Québec.

DE QUELLE FAÇON CONTRIBUEZ-VOUS À LA FRANCISATION DE CES EMPLOYÉS?

Les détaillants en alimentation sont des réels incubateurs d'intégration et de francisation. Tout se passe en français en magasin, autant avec les collègues qu'avec la majorité de la clientèle. Pour parfaire leur connaissance du français, nous avons des ententes avec des enseignants qui offrent des cours de français.

Des cours de français sont aussi offerts par des établissements d'enseignement ou à travers le programme de francisation des TUAC (Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce).

Les travailleurs sont des employés impliqués tant dans notre commerce que dans la communauté. Leur présence permet un interculturelisme au sein de nos établissements.

POUEZ-VOUS NOUS PARTAGER UN EXEMPLE DE RÉUSSITE D'UN EMPLOYÉ QUI S'EST BIEN INTÉGRÉ À VOTRE ÉQUIPE?

Nous avons un employé qui a fait preuve d'efforts monumentaux pour parfaire ses connaissances du français en suivant des cours à hauteur de 4 heures par semaine, en plus de travailler rigoureusement dans le magasin. Il s'est parfaitement intégré à notre équipe, il participe à tous les réunions et événements. Il est maintenant chef d'équipe pour les équipes de nuit. Il est également un excellent ambassadeur pour favoriser l'intégration de nouveaux collègues.

COMMENT LES RÉCENTES MODIFICATIONS AU PROGRAMME D'IMMIGRATION PAR LES DIFFÉRENTS PALIERS DE GOUVERNEMENT VOUS ONT-ELLES AFFECTÉ DANS VOS OPÉRATIONS?

Les dernières modifications ont d'abord affecté nos opérations en augmentant le coût inhérent à ces démarches. Avant, nous amortissions les frais sur deux ans, mais maintenant, nous devons les amortir annuellement puisque les nouvelles règles prévoient des permis de un an seulement. Les périodes de transition sont donc beaucoup plus fréquentes avec la diminution du TET à une année et augmentent aussi nos coûts.

Si le seuil de 6 % de chômage est dépassé dans notre région de recensement, nous n'avons pas accès au programme. Puisque le chômage fluctue entre deux périodes, il arrive que nous ne puissions pas renouveler les permis de nos employés. Mais les disparités de taux de chômage entre les RMR ne reflètent pas bien les réalités des communautés et les besoins de main-d'œuvre. Malheureusement, si nous ne pouvons pas renouveler le permis d'un employé, il doit alors retourner dans son pays d'origine.

En mon sens, il faudrait pouvoir faire une distinction entre les nouvelles demandes de TET et les renouvellements des employés déjà intégrés dans nos commerces. Si un processus de renouvellement est refusé, ils repartent à zéro (nouvelle demande, changement d'employeur et changement de région). Nous devons aussi nous repositionner sur nos opérations, car il y a un impact sur l'exécution et la qualité du service.

EST-CE QUE CERTAINES TÂCHES OU SERVICES DEVRAIENT ÊTRE RÉDUITS OU RÉORGANISÉS ADVENANT LE DÉPART OU LA NON-RECONDUCTION DE CERTAINS TRAVAILLEURS?

Oui, car bien que le taux de chômage soit un peu plus élevé qu'il ne l'était après la pandémie, la main-d'œuvre disponible au Québec demeure rare. Il est très ardu d'embaucher des travailleurs qui souhaitent travailler à temps plein, incluant les soirs et les jours de fin de semaine qui sont essentiels à nos opérations.

Sans ces travailleurs, la réalité serait tout autre avec moins de services possibles et des départements avec moins de débit et un service réduit en général. Leur présence permet donc d'assurer une qualité de service ainsi qu'une implication soutenue dans l'équipe, et cela a un impact très positif sur les autres employés.

QUEL RÔLE CROYEZ-VOUS QUE LES COMMERCES COMME LE VÔTRE PEUVENT JOUER DANS L'INTÉGRATION DES IMMIGRANTS AU QUÉBEC?

Je suis persuadé que les efforts additionnels que nous investissons pour l'intégration économique, sociale et linguistique de ces employés permettent d'avoir des employés impliqués, à la fois dans notre entreprise, mais aussi dans la communauté où ils vivent. Grâce à nos commerces et au programme PTET, nous parvenons à répondre à nos besoins de main-d'œuvre tout en jouant un rôle actif dans la transmission de la culture québécoise et la promotion de la francisation. Nos commerces permettent aussi de concilier leur culture à nos événements afin qu'ils soient pleinement considérés.

SOLUTIONS

QUELLE SERAIT UNE PISTE DE SOLUTION VIABLE POUR ASSURER UNE MEILLEURE STABILITÉ À CES TRAVAILLEURS TOUT EN RESPECTANT LES OBJECTIFS DU GOUVERNEMENT?

Il serait nécessaire d'allonger le permis jusqu'à trois ans pour que l'intégration de ces employés soit cohérente et en harmonie avec les orientations du gouvernement, dans une optique de francisation notamment. Il y a donc un besoin de distinction entre les nouveaux TET qui arrivent sur le territoire et les renouvellements des travailleurs déjà intégrés qui pourraient être considérés par nos paliers de gouvernement.



Consultez notre mémoire sur l'immigration

IMMIGRATION AU QUÉBEC

IMMÉTIS



Gabriella Clare Marino | Unsplash

Depuis le début de l'année 2025, le Québec a mis en place plusieurs mesures restrictives en matière d'immigration temporaire et permanente. Ces changements, bien qu'orientés vers une meilleure planification des flux migratoires, ont des répercussions directes sur les entreprises du commerce de détail qui dépendent de plus en plus de la main-d'œuvre étrangère pour combler leurs besoins.

DES MESURES QUI COMPLIQUENT LE RENOUELEMENT DES PERMIS

Jusqu'au 30 novembre 2025, les demandes d'étude d'impact sur le marché du travail (EIMT) pour des postes à bas salaire (moins de 32,96 \$/h) ne sont plus traitées dans les régions de Montréal et Laval. Cette mesure s'applique aussi aux renouvellements de permis de travail, ce qui affecte directement les commerces ayant déjà embauché des travailleurs étrangers.

Dans les autres régions du Québec, les demandes d'EIMT pour des postes à bas salaires ne sont acceptées que si le taux de chômage régional est inférieur à 6 %. Même dans ce cas, la durée maximale du permis est limitée à 12 mois, contre 24 à 36 mois auparavant.

Ces restrictions s'ajoutent à la limite de 10 % de travailleurs étrangers temporaires par entreprise (20 % pour certains secteurs comme la construction ou la santé), une contrainte qui peut freiner la croissance des commerces en forte expansion.

UNE VOIE VERS LA RÉSIDENCE PERMANENTE PLUS INCERTAINE

Du côté de l'immigration permanente, le Programme de l'expérience québécoise (PEQ) – volet travailleurs qualifiés – a été suspendu en juin. Depuis juillet, les demandes doivent passer par le Programme de sélection des travailleurs qualifiés (PSTQ), basé sur un système de points.

Seuls les candidats ayant les meilleurs scores sont invités à présenter une demande, ce qui rend l'accès à la résidence permanente plus incertain pour les travailleurs du commerce de détail, souvent moins diplômés, mais plus expérimentés.

DES IMPACTS CONCRETS POUR LES COMMERCES

Pour les détaillants, ces mesures représentent un risque opérationnel réel. De nombreux commerces ont investi dans le recrutement et l'intégration de travailleurs étrangers, souvent essentiels pour maintenir les heures d'ouverture, gérer les inventaires ou assurer le service à la clientèle.

La difficulté à renouveler les permis ou à faire venir les familles des travailleurs peut entraîner des départs anticipés, une perte de savoir-faire et une instabilité dans les équipes. Cela affecte non seulement la productivité, mais aussi l'expérience client.

QUELLES SOLUTIONS POUR MAINTENIR SES EFFECTIFS?

Malgré les restrictions, plusieurs options existent pour les entreprises du commerce de détail :

- Revoir la classification salariale : en augmentant les salaires pour dépasser le seuil de 32,96 \$/h, les postes passent dans la catégorie « haut salaire », moins touchée par les restrictions;
- Relocaliser les postes dans des régions où le taux de chômage est inférieur à 6 %, lorsque cela est possible;
- Utiliser les programmes dispensés d'EIMT, comme :
 - le programme Expérience internationale Canada (EIC), qui permet de recruter des ressortissants de 36 pays avec des démarches simplifiées et des permis de 12 à 24 mois;
 - le permis de travail pour les détenteurs d'un certificat de sélection du Québec (CSQ), qui peuvent changer d'employeur sans passer par une EIMT.

MISER SUR LA RÉSIDENCE PERMANENTE POUR FIDÉLISER LES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS

Encourager les démarches vers la résidence permanente est une stratégie gagnante pour les commerces souhaitant stabiliser leurs équipes. Cela permet de s'affranchir des contraintes liées aux permis temporaires et de favoriser une intégration durable.

Sensibiliser les travailleurs étrangers dès leur arrivée, les soutenir dans leurs démarches (offre d'emploi validée, accompagnement administratif) et anticiper les retards sont des leviers efficaces pour renforcer la rétention.

S'ENTOURER DE PROFESSIONNELS : UN ATOUT STRATÉGIQUE

Dans ce contexte réglementaire complexe, les professionnels en immigration sont des partenaires essentiels. Ils accompagnent les entreprises dans :

- l'identification des programmes les plus adaptés à leur réalité;
- la sécurisation des démarches de recrutement et de renouvellement;
- la mise en conformité avec les exigences légales;
- l'anticipation des évolutions réglementaires.

NOS SERVICES

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

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

Au travers de l'entente conclue entre Immétis et l'ADA, vous avez la possibilité de bénéficier d'une première consultation juridique sans frais. Certaines conditions s'appliquent.

VOUS SOUHAITEZ PROFITER D'UNE OFFRE EXCLUSIVE EN ASSURANCE COLLECTIVE?

Une **offre flexible**, des **économies sans compromis** sur les garanties, un **service humain** et une **gestion simplifiée**. Le tout spécialement pour les entreprises membres.

- Frais de gestion réduits grâce au regroupement
- Plan modulaire
- Télémédecine et PAE
- Couverture maladie grave
- Soins dentaires facultatifs
- Produits pour travailleurs étrangers



Des avantages sociaux
à votre avantage

Soumission sans frais



Proximité - Durabilité - Excellence

rvavantagessociaux.ca
1 888 301-0515



4 au 24 août





4



6



1

Prix du public

Le Prix du public a été attribué aux **Marchés Pepin** de McMasterville, en collaboration avec **Fumoirs Gosselin**, pour leurs multiples mises en marché mettant en vedette leur saumon fumé à l'érable. Leur projet a récolté plus de 5736 votes!

La deuxième place revient au **IGA Extra Convivio Chauveau** et au **Groupe Mag**, qui ont su impressionner 4536 consommateurs.

Enfin, le **IGA Extra Coop des consommateurs** de Charlesbourg, en partenariat avec la **Ferme Décembre**, a décroché la troisième place avec 3453 votes.

- 4^e position** Marché Port Royal avec Spatule et ganache
- 5^e position** Marché Lambert St-Bruno avec Érablière Bernard
- 6^e position** Pasquier avec La Maison Crowin
- 7^e position** Distribution Alimentaire Aubut Laval avec Miel Dubreuil
- 8^e position** IGA Extra St-Pierre avec C'est Belge
- 9^e position** IGA Repentigny avec Cuisine du Domaine
- 10^e position** IGA extra Famille Leblanc, Forté et Fils avec L'As du Smoked Meat



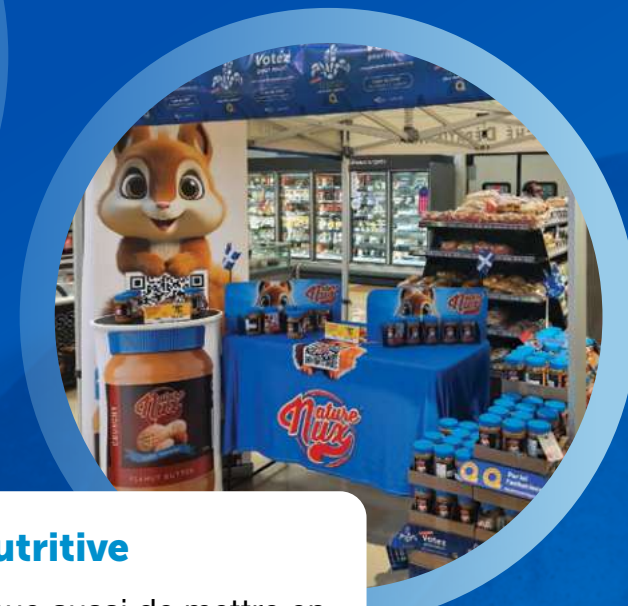
2



9



3



Aliments de bonne qualité nutritive

Au-delà des prix, le concours continue aussi de mettre en lumière les produits de bonne qualité nutritive grâce à une mention spéciale. Pour l'obtenir, les produits doivent contenir moins de 15 % de la valeur quotidienne en sucre, sodium et gras saturés, et au minimum 8 % de fibres. Une façon de valoriser non seulement l'achat local, mais aussi une alimentation saine et équilibrée.





La 4^e édition du concours devient la Journée boucherie

L'ADA est fière d'annoncer que la 4^e édition du concours Meilleur élève en boucherie de détail prendra une nouvelle ampleur en 2026!

Pour la prochaine édition, l'événement se transforme en une véritable Journée boucherie, entièrement dédiée à la mise en valeur de ce métier essentiel. En plus du concours réunissant la relève des centres de formation professionnelle, plusieurs activités spéciales viendront souligner le savoir-faire et la passion des bouchers d'ici.

**24
FÉVRIER
2026**

**ÉCOLE HÔTELIÈRE
DE LA RÉGION DE
LANAUDIÈRE JOLIETTE**

Un rendez-vous incontournable pour célébrer la relève et mettre en lumière l'avenir de la profession.
RÉSERVEZ LA DATE DÈS MAINTENANT!



TRAVAILLER ENSEMBLE, ÇA S'APPREND!

UNE CONFÉRENCE POUR RENFORCER LE SAVOIR-ÊTRE EN COMMERCE

Saviez-vous que près de 40 % des employeurs québécois identifient les compétences comportementales comme les plus difficiles à trouver chez les personnes nouvellement embauchées¹? Ce manque de savoir-être affecte directement la rétention, l'ambiance de travail et l'expérience client.

Alors que le secteur du commerce de l'alimentation fait face à une forte pression opérationnelle, un manque de temps et de ressources humaines et financières limitées, il est irréaliste de demander aux employés ou aux gestionnaires de suivre des formations en présentiel, coûteuses ou de plus de trois heures, comme celles qui dominent actuellement sur le marché.

Le CSMOCA a donc imaginé une approche courte, ciblée et flexible, parfaitement adaptée à la réalité des commerces qui fonctionnent souvent en effectifs réduits.

Pour lancer le mouvement, le conférencier expert de contenu Sylvain Boudreau sera présent au 69e congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA), le 21 novembre prochain. Dans sa conférence, il invitera les gestionnaires à réfléchir à leur rôle de modèle et à l'impact concret du savoir-être sur leurs équipes... et sur leurs clients!

Un rendez-vous à ne pas manquer, et surtout, un avant-goût de la formation à venir.

Source : 1 Services Québec. Enquête sur les besoins de formation de la main-d'œuvre, 2022.



Conférence

sur
le savoir-être
par Sylvain Boudreau

À ne pas manquer, le 21 novembre 2025, au congrès de l'ADA !

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



BIOGRAPHIE DU CONFÉRENCIER :

Depuis 1994, Sylvain Boudreau parcourt le pays en faisant ce qui le passionne : initier son public aux rouages de la performance. Son ardeur, son enthousiasme et son dynamisme font de chacune de ses prestations une invitation au dépassement et à l'épanouissement, aussi bien sur le plan personnel que professionnel. Communicateur hors pair, il livre à un auditoire varié des messages percutants avec humour et fluidité.

Les milliers de personnes qui ont déjà assisté à une conférence de Sylvain Boudreau vous le diront : «Ce conférencier captivant sait transmettre mieux que personne l'énergie exceptionnelle qui l'anime.»

APPRENEZ-EN D'AVANTAGE 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 maintenant 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! Sa 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 au 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



L'assurance pensée pour la réalité des détaillants

HED – qui travaille aussi fort que vous

HED | Courtier en assurance

Contactez-nous

HEDinc.com
1-800-363-9538



ATE+ BOULANGERIE

Une formule gagnante pour former la relève

Bonne nouvelle pour les passionnés de pains et de viennoiseries ! Pour sa toute première année, le tout nouveau programme DEP Boulangerie, subventionné par le CPMT pour la formation en Alternance Travail-Étude (ATE+), affiche déjà complet : les deux premières cohortes qui ont débuté en septembre à l'École hôtelière de la Capitale, à Québec, et à l'École hôtelière des Laurentides, à Sainte-Adèle, sont déjà pleines.

Ce programme novateur vise à répondre aux besoins concrets des entreprises en facilitant le recrutement et la rétention de nouveaux talents, en adaptant les contenus théoriques et pratiques aux réalités de chaque boulangerie et en permettant aux participants d'obtenir rapidement une qualification reconnue. En intégrant les apprentis directement sur le marché du travail dès leur formation, l'ATE+ favorise l'assiduité, la motivation et la réussite. Les employeurs bénéficient aussi d'avantages, notamment d'un crédit d'impôt en fin de formation basé sur les heures consacrées par le superviseur de stage, dont la formation en ligne de six heures est remboursée à 50 %.

Le métier de boulanger est à la fois créatif et exigeant. Il consiste à confectionner pains, brioches, viennoiseries et produits de spécialité à partir de recettes et de fiches de production précises. Du calcul des recettes à la cuisson, en passant par le pétrissage, le façonnage, le contrôle de la fermentation et la vérification de la qualité, chaque étape demande minutie, habileté et sens de l'organisation. C'est un travail qui requiert aussi endurance physique et capacité à collaborer au sein d'une équipe, tout en respectant les règles d'hygiène, de salubrité et de sécurité. Les diplômés peuvent exercer leur métier en boulangeries artisanales, semi-industrielles ou industrielles, mais aussi dans l'hôtellerie, le tourisme et certaines institutions.

Ce DEP en Boulangerie, d'une durée de 795 heures, se distingue par sa formule alliant 60 % de formation en milieu scolaire, soit 477 heures, et 40 % en entreprise, soit 318 heures. Les participants, considérés comme des employés de l'entreprise pendant toute leur formation, sont rémunérés pour l'ensemble de leurs heures, autant à l'école qu'en stage, grâce à la subvention de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT).

En misant sur une formation rémunérée, flexible et adap-tée, l'ADAQ et ses partenaires contribuent à valoriser la profession, à assurer la relève et à transmettre le savoir-faire artisanal qui fait la renommée des boulangeries québécoises.

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

LA CFGI SALUE DEUX LEADERS DE L'INDUSTRIE



La Fédération canadienne des épiciers indépendants remet son prix Spirit of the Independent 2025 à Dino Bianco, chef de la direction de Produits Kruger. Ce prix souligne son rôle clé dans la croissance de l'entrepreneuriat en épicerie, marqué par une carrière de haut niveau chez Produits Kruger et Kraft Canada, et par ses initiatives d'innovation et de marketing qui ont inspiré l'industrie.

Le titre de membre à vie revient à Scott Lorimer, vice-président des ventes chez La Compagnie Campbell du Canada. Reconnu pour ses partenariats solides et ses stratégies de vente au détail, il a contribué à la réussite de grandes entreprises alimentaires canadiennes, dont Maple Leaf et SC Johnson.

Les deux récipiendaires ont été honorés le 29 octobre, lors du gala de l'épicerie indépendant canadien de l'année à Toronto.

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

AVIS DE NOMINATION M. STÉPHANE THUILLIER



Expo Canada France, organisateur de SIAL Canada, est heureux d'annoncer la nomination de monsieur Stéphane Thuillier au poste de directeur général. Basé à Montréal, il entame avec enthousiasme une nouvelle aventure professionnelle et familiale, en collaboration étroite avec le SIAL Network pour soutenir la croissance de l'événement.

Fort d'une solide expérience en marketing, communication et innovation acquise chez Comexposium et au Paris Saint-Germain, M. Thuillier mettra son expertise au service du développement du SIAL Canada, dont la prochaine édition se tiendra au Palais des congrès de Montréal du 29 avril au 1^{er} mai 2026.

JOSÉE CÔTÉ NOMMÉE DIRECTRICE GÉNÉRALE D'ÉDUC'ALCOOL



Le conseil d'administration d'Éduc'alcool annonce la nomination de Josée Côté à la direction générale de l'organisme, en poste depuis le 6 octobre 2025. Forte d'un parcours diversifié dans les milieux associatif, universitaire, entrepreneurial et politique, Mme Côté apporte une expertise stratégique et un leadership mobilisateur. Elle succède à la direction dans un contexte de transformation,

avec pour mandat de renforcer les partenariats, assurer la pérennité financière et faire évoluer les initiatives de consommation responsable au Québec.

UNE MÉTAMORPHOSE ÉCLATANTE POUR L'INTERMARCHÉ BOYER



L'Intermarché Boyer a officiellement dévoilé son tout nouveau décor en septembre.

Façade modernisée, enseignes rafraîchies et camion de livraison aux couleurs éclatantes : tout a été pensé pour refléter l'énergie de l'équipe.

Cette transformation souligne l'engagement constant du commerce envers sa clientèle et sa communauté.

Félicitations à l'Intermarché Boyer et à toute son équipe pour ce magnifique renouveau !

UN VENT DE FRAÎCHEUR AU METRO PLUS ST-JOSEPH



Le Metro Plus St-Joseph vient de compléter d'importantes rénovations. Grâce à ce projet, la clientèle profite maintenant d'un vaste éventail de nouveaux produits : locaux, internationaux, biologiques, sans gluten et en vrac pour une expérience de magasinage encore plus riche.

Deux comptoirs gourmands, Aki Thai et pizza, s'ajoutent à l'offre, tout comme une section vins, bières de microbrasserie et boissons entièrement repensée. Le service d'épicerie en ligne avec cueillette en magasin vient couronner le tout.

Félicitations à la famille Messier et à toute l'équipe pour ce travail remarquable !

UN RETOUR REMARQUABLE POUR LA FAMILLE MONDOR



Après les pluies diluviennes d'août 2024, qui avaient causé la perte totale du magasin, le IGA Famille Mondor de Berthierville a rouvert ses portes le 26 juin dernier.

Grâce à des mois d'efforts et de détermination, l'équipe accueille de nouveau sa clientèle dans un tout nouvel espace.

Félicitations à Jimmy Mondor et à toute l'équipe pour cette réouverture qui illustre parfaitement leur résilience !

IGA MARCHÉS EMILY ET PHILIP : UNE QUATRIÈME ADRESSE À BOUCHERVILLE



La famille derrière les Marchés Emily et Philip célèbre l'ouverture de son quatrième magasin à Boucherville.

Cette nouvelle adresse permet à l'équipe de continuer à offrir des produits frais, un service attentionné et une expérience d'achat unique à encore plus de clients.

Félicitations à Emily, Philip et à toute leur équipe pour cette belle réalisation !



RENDEZ VOUS EN PLEIN COEUR DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

MONTRÉAL
**29 AVRIL
01 MAI -
2026**
PALAIS DES CONGRÈS



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

SIAL LAITIER

DÉCOUVREZ LE MONDE DU LAIT

SIAL LAITIER

UN SECTEUR INSPIRANT

Ce secteur offre :

- Un concept clé en main combinant l'opportunité d'exposer vos produits et de renforcer votre visibilité
- La section la plus prisée, dynamique et diversifiée du salon
- L'occasion de rencontrer des producteurs/manufacturiers clés de votre secteur

SECTEUR DÉDIÉ AU : Beurre, Fromage, Fromage frais, Fromage à pâte molle, Fromage à pâte mi-dure, Fromage à pâte dure, Fromage persillé, Lait, Œufs frais, Autres produits laitiers frais, Crème, Produits laitiers (yaourts, desserts lactés), Produits laitiers en conserve

RÉSERVEZ VOTRE ESPACE DÈS MAINTENANT !
SIALCANADA.COM/EXPOSER/

Exposants canadiens
sales@expocanadafrance.com



MARCHÉ

90% - 40%

90% de la consommation laitière canadienne est locale, et 40% de cette production vient du Québec, le SIAL reste une occasion pour participer à l'offre et répondre à la demande croissante des consommateurs.

52%

des consommateurs canadiens privilégient la production locale et les produits faits au Canada. Une tendance encore plus forte dans le secteur laitier.

Source: *Nielsen IQ 2025

VOS CLIENTS POTENTIELS

TOP 5

PRODUIT D'INTÉRÊT

Au SIAL Canada, les produits laitiers s'imposent comme produits vedettes, parmi les plus convoités par nos visiteurs*

Consommation 2023 vs 2024 :

Lait +2,0 %, Crème +1,1 %, Yogourt réfrigéré +4,2 %, fromage : +0,7 %, Beurre +3,7 %

Les Canadiens consomment chaque année de plus en plus de produits laitiers par habitant, un marché en pleine croissance**

Les producteurs-manufacturiers de ce secteur incluent :

Fromagerie Bergeron, L'Ancêtre, Producteurs Laitiers du Canada, Lactalis, Agropur, Tree of Life, Nutrinor — une vitrine idéale pour rencontrer les décideurs clés de l'industrie.

Source: *Sondage SIAL 2025
Source: **Nielsen IQ 2025

CONCOURS DU MEILLEUR

MARCHAND

FROMAGER

CANADIEN

29 AVRIL 2026 | 2E EDITION



NE MANQUEZ PAS L'OUVERTURE DES INSCRIPTIONS !
WWW.SIALCANADA.COM



ACTUALITÉS DES TCBO

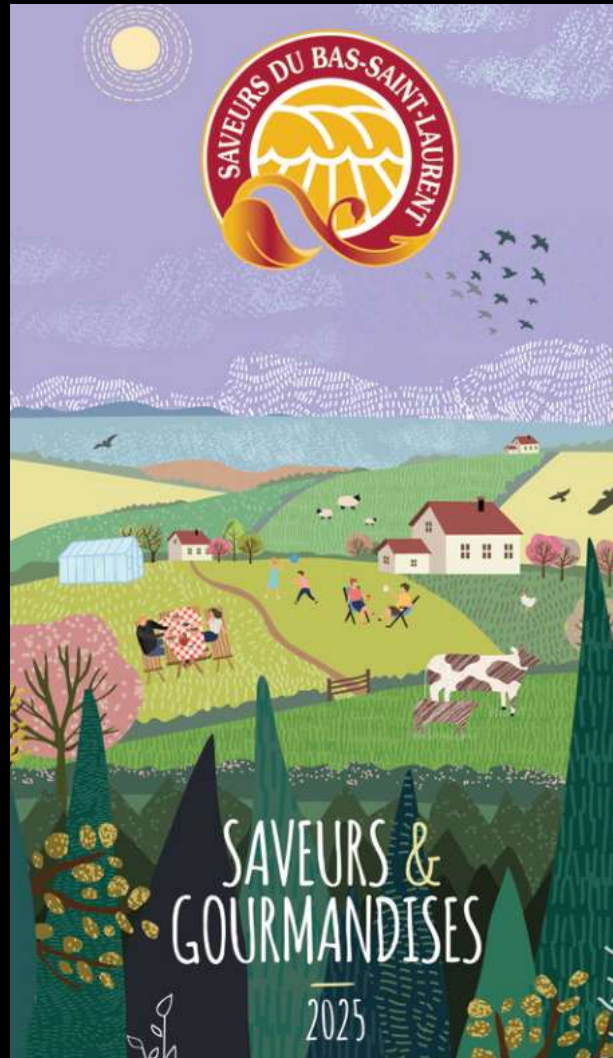
SAVEURS ET GOURMANDISES 2025 : UN OUTIL AU SERVICE DES COMMERÇANTS

L'association Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent dévoile avec enthousiasme sa nouvelle brochure agrotouristique Saveurs et Gourmandises 2025. Ce guide rassemble près de 180 entreprises de la région : producteurs, transformateurs, restaurateurs, distributeurs et détaillants passionnés qui partagent un même objectif : faire découvrir le Bas-Saint-Laurent à travers ses saveurs.

Distribuée gratuitement dans les lieux touristiques, les marchés publics, les événements gourmands et chez les membres de l'Association, la brochure permet aux visiteurs comme aux gens d'ici de planifier facilement leurs arrêts gourmands et de rencontrer celles et ceux qui font vivre notre terroir.

La brochure Saveurs et Gourmandises est aussi un outil concret pour les détaillants de la région, qui s'en servent pour repérer de nouveaux fournisseurs locaux et diversifier leur offre. Plusieurs détaillants sont d'ailleurs mis en valeur dans le guide comme des arrêts incontournables pour l'achat local.

C'est un bel outil de mise en valeur pour nos entreprises, mais aussi une invitation à consommer les produits locaux, un arrêt à la fois.



UNE NOUVELLE IMAGE POUR GOÛTEZ LANAUDIÈRE!

Le Conseil de développement bioalimentaire est très fier du succès du lancement de la nouvelle image de marque pour Goûtez Lanaudière! La tournée des détaillants adhérents est maintenant finalisée. Tous les détaillants affichent désormais les couleurs de cette nouvelle identification qui, outre son logo rouge distinctif, a des déclinaisons dans les teintes de jaune, rose, bleu et marine. Cela permet de donner une grande adaptabilité et d'ajouter un brin de folie dans son utilisation. De plus, un tout nouveau kiosque est maintenant disponible pour vos dégustations de produits régionaux.

Pour en savoir davantage, consultez le site : goutezlanaudiere.ca

Pour toute question concernant cette campagne promotionnelle
et pour vous aider dans votre sélection de produits lanaudois :
acossette@cdbl.ca



IMAGE DES IDENTIFIANTS RÉGIONAUX

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

Contactez la Table de concertation bioalimentaire de votre région.

https://www.canva.com/design/DAGwt9wg95E/CaU48Sg-1OkYyUQ3wJGG_Q/view?utm_content=DAGwt9wg95E&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=uniquelinks&utm_id=h0546a074d2

Événements à venir

INTÉRESSANTS POUR LE DÉTAIL

Pour vous inscrire à un ou à plusieurs de ces événements, rendez-vous sur le site du Regroupement des TCBO: www.rtcqbq.com/evenements

RENCONTRES D'ACHETEURS PROVINCIALES 2026

Du 10 au 20 février 2026, le Carrefour de l'industrie bioalimentaire de l'île de Montréal (CIBÎM) organise la 8^e édition des Rencontres d'acheteurs, un rendez-vous incontournable de l'agro-alimentaire québécois.

Cette initiative, à rayonnement provincial, offre aux producteurs et aux transformateurs alimentaires du Québec une plateforme unique pour entrer en relation avec des acheteurs du détail et du secteur HRI (Hôtellerie-Restaurant-Institutions).

L'événement débute avec une phase de rencontres d'affaires virtuelles du 10 au 20 février, facilitant des échanges ciblés et efficaces entre les acteurs de la chaîne alimentaire, sans les contraintes du déplacement.

Enfin, le 20 février, La Grande Dégustation des produits d'ici reprend pour une quatrième édition, rassemblant plus d'une centaine de kiosques de producteurs et de transformateurs québécois et quelque 300 visiteurs professionnels attendus. Un véritable salon de dégustation professionnel au service de l'essor des produits locaux.

En somme, les Rencontres d'acheteurs 2026 incarnent une belle vitrine provinciale pour mettre en lumière et soutenir l'agroalimentaire du Québec à travers des formats variés et complémentaires.

Pour plus de renseignements, contactez info@cibim.org.

le
Marché
des
Saveurs
DU BAS-SAINT-LAURENT

Octobre 2025

**Grand Rendez-vous
de la commercialisation
Bon goût frais des Îles**



Emballons-nous pour le marché
INSTITUTIONNEL

15 OCTOBRE 2024
Hôtel Universel de Rivière-du-Loup

REGROUPEMENT
DES TABLES
DE COMMERCIALISATION
INSTITUTIONNELLE
DU QUÉBEC

22 au 24 octobre 2025

**Emballons-nous pour le marché
institutionnel présenté par les
Saveurs du Bas-Saint-Laurent**

Représentant des saveurs
Goûtez-y!
Centre-du-Québec

Janvier 2026

Salon d'acheteurs CDQ Goûtez-y!



Goûtez
Lanaudière!

Janvier 2026

Salon des acheteurs Lanaudière



1er et 2 février 2026

La Grande foire des Saveurs CIBLE

Rencontres d'Acheteurs
Provinciales

propulsées par le CIBÎM



Du 10 au 20 février
2026

10 au 20 février 2026

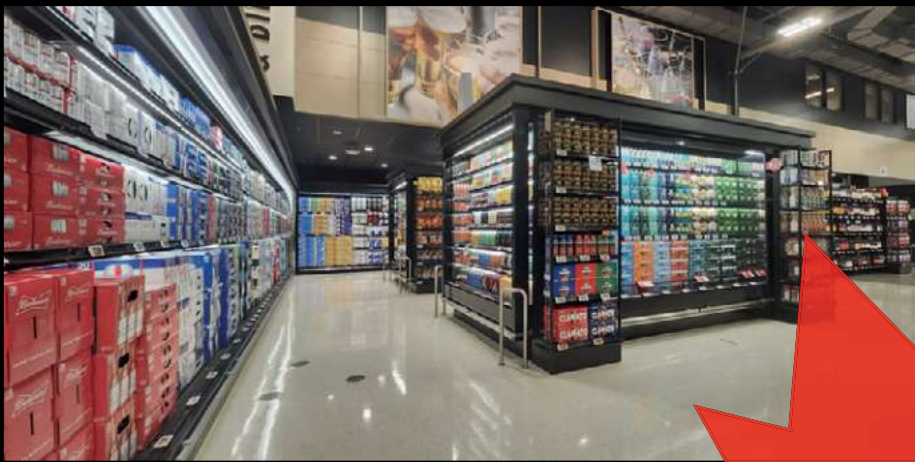
**Rencontres d'affaires
provinciales des acteurs
HRI&D présentées par le CIBÎM**



20 février 2026

**La grande dégustation provinciale des produits d'ici présentée
par le CIBÎM**

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



Fièremment canadien,
pensé pour l'excellence

18 rue Richelieu
Lacolle (Québec) Canada
J0J 1J0



arneg

CANADA

