

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Printemps-Été
2026

Cartes de crédit
Assurances
Hydroélectricité
Pertes
Vols
Salaire

Épicerie : la facture invisible

Quand les coûts invisibles
du commerce alimentaire
deviennent un enjeu électoral

P. 12



70^E CONGRÈS DE L'ADA :

On se donne rendez-
vous les 13, 14 et
15 novembre 2026

P. 5



11^E ÉDITION :

Concours
Les Aliments
du Québec dans
mon panier!

P. 18



QUAND LA BOUCHERIE DEVIENT UN PROJET DE VIE:

Parcours de Martin
et Alexandre Campbell

P.20

LE PARADOXE À SON MEILLEUR



Michel Dépatie
Président du Conseil d'administration
Propriétaire du Metro Plus Dépatie, Laval

Il y a des jours où je repense à la pandémie avec un certain paradoxe. Personne ne souhaite revivre cette période, avec son lot d'incertitudes, de fatigue, de bouleversements et où, malheureusement, plusieurs ont vécu de graves enjeux de santé. Pourtant, à cette époque, les épiciers étaient reconnus pour ce qu'ils étaient réellement : des acteurs essentiels, présents chaque jour sur le terrain pour garder les commerces ouverts, approvisionner les familles et maintenir un service de proximité malgré le manque de personnel, la pression logistique et l'inquiétude généralisée.

Aujourd'hui, le regard posé sur notre secteur a radicalement changé. On entend trop souvent que les épiciers font des profits excessifs et portent une part importante de la responsabilité de

l'inflation. Cette lecture simpliste ne reflète pourtant pas la réalité vécue sur le terrain. Depuis quatre ans, les épiciers indépendants encaissent des chocs répétés : hausse des coûts d'exploitation, rareté de la main-d'œuvre, investissements devenus difficiles à rentabiliser, concurrence accrue de l'escompte et pression constante sur les marges. Pendant que le débat public cherche des coupables, plusieurs commerces, eux, tentent simplement de survivre.

Dans plusieurs régions, la fragilité du modèle saute aux yeux : commerces vieillissants, coûts de rénovation prohibitifs, relève difficile à trouver, fermeture du dernier point de vente alimentaire dans certaines communautés. À cela s'ajoute la hausse marquée des intrants, qui alourdit encore davantage la pression sur les détaillants. Et comme si cela ne suffisait pas, ces derniers doivent souvent affronter la frustration d'une clientèle elle-même éprouvée par le contexte économique. Il serait temps de reconnaître une vérité simple : les épiciers indépendants ne sont pas l'ennemi.

Et comme si le climat n'était pas déjà assez lourd, voilà que les «Robins des ruelles» ont encore frappé. Leur dernière cible est le Metro Bigras, le plus petit Metro de la province, un commerce de quartier dans un coin pas trop pourvu en commerces. J'avoue ne pas trop savoir comment qualifier ce groupe

d'individus : militants improvisés, justiciers autoproclamés ou simples opportunistes en mal d'attention. Une chose est certaine, leurs gestes n'aident en rien le débat public et contribuent surtout à alimenter un procès d'intention permanent envers un secteur déjà sous pression.

Il n'y a pas de solution rapide ou facile à l'inflation, ça va nous prendre des élus capables d'avoir une vision claire de notre avenir économique et aussi capables d'appeler un chat un chat, un voleur un voleur! Envers et contre tous, vos épiciers vont continuer à maintenir en marche un réseau essentiel à la vitalité de nos communautés.

ÊTES-VOUS CERTAIN DE CE QUE VOUS SOUHAITEZ ?



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Les élections ne sont pas encore déclenchées, mais c'est tout comme. Les partis se battent pour l'attention médiatique. Cette fois, ils ne font pas vraiment preuve d'originalité, mais ils veulent marquer les esprits et, comme le dit avec justesse Michel, l'épicier est une cible de choix avec le dos large. Par exemple, deux partis ont annoncé vouloir interdire la tarification dynamique en épicerie même s'il faut le rappeler : il n'y a pas de tarification dynamique dans notre secteur, les circulaires annoncent même les rabais ouvertement et à l'avance. À l'inverse, les partis ne croient pas que ce serait une bonne idée de légiférer sur des secteurs qui abusent de la tarification dynamique depuis longtemps, comme l'industrie événementielle ou celle du voyage. On peut comprendre l'attrait d'éviter une possibilité.

À plusieurs reprises, des partis ont annoncé souhaiter l'arrivée d'un joueur étranger pour ajouter de la concurrence dans le marché québécois et canadien. Certains auraient même courtoisément directement des joueurs étrangers. La France, quant à elle, s'est opposée à la vente de Carrefour à Couche-Tard, en invoquant la question de la sécurité alimentaire. À la recherche de bas prix, certains rêvent du hard discount à l'allemande. Modèle qui met une pression extrême sur la réduction des prix, exige une flexibilité totale et où règnent les marques de distributeur, de quoi assurer des fournisseurs d'ici remplaçables. Le rêve pour la filière bioalimentaire québécoise.

Il y a également le projet d'ouvrir des épiceries d'État ou municipales, comme l'a annoncé la ville de Toronto. Le ministre Donald Martel, interloqué durant l'étude des crédits, décrit cette proposition comme d'une «espèce de Costco québécois» en affirmant que pour «proposer quelque chose comme ça, il ne faut pas connaître beaucoup les régions» avant de nommer une série de propriétaires impliqués de son coin du Centre-du-Québec.

Opérer des commerces alimentaires, ce n'est peut-être pas de la fission nucléaire, mais assurer des chaînes d'approvisionnement en continu, négocier avec des fournisseurs multinationaux, couvrir les dépenses d'opérations, assurer le fonds de roulement tout en restant compétitif,

c'est loin d'être facile. C'est difficile pour les indépendants, difficile pour les coopératives – qui sont nombreuses dans notre secteur –, extrêmement difficile pour des épiceries communautaires de juste rester à flot. Parlez-en à Mayrand, parlez-en à Colabor ou à tous les maires de petites localités qui ont vu leur dernier commerce alimentaire fermer.

On parle d'entrepreneurs d'ici, d'épiciers impliqués dans leur communauté qu'on souhaite concurrencer par des commerces financés avec leurs impôts.

Ce serait intéressant que les politiciens viennent nous voir sur le plancher. Notre porte est ouverte. On aimerait beaucoup leur parler des conséquences de l'inflation sur nos opérations et sur la pérennité de nos modèles d'affaires.

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

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

Téléphone : (514) 982-0104 ▶ 1 (800) 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ communication@adaq.qc.ca
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,
Montréal (Québec) H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Catherine Baron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général
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 et économiques

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président
Yanic Drouin
Vice-président

Christine Barcelo
Trésorière
Annie Paquette
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Sylvie Bouffard
Suzanne Charland
Marcel Clermont
André Forget
Mélissa Jasmin
Guillaume Laroche

Mario Lebrun
Jean-Philippe Morissette
Louis-Pierre Sourdif
Guillaume Vaillant-Chartrand
Simon Veilleux

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Jessica Bélair
Présidente
Tony Fournier
Vice-président

Patrick Nadeau
Trésorier
Stephan Joyal
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Alain Bertrand
Charles Brunelle
Marie Soleil Fraser

Mario Laplante
Patrick Nadeau
Patrick Simard
Julie Venne

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS 4

70^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA 5

PORTRAIT DE DÉTAILLANT 7

SUIVI DE DOSSIERS

Consigne 8

Élections générales québécoises 2026 9

Les mises à jour économiques
de ce début de printemps 10

Coûts d'opération/ et frais d'interchange – inflation 12

Agences SAQ 14

À LA MÉMOIRE DE 14

SORAC : APPAREILS RÉFRIGÉRANTS NON
FONCTIONNELS DANS LES ÉPICERIES 16

11^e ÉDITION : CONCOURS LES ALIMENTS
DU QUÉBEC DANS MON PANIER! 18

QUAND LA BOUCHERIE
DEVIENT UN PROJET DE VIE 20

JOURNÉE DE LA BOUCHERIE 22

SOMMET DE LA PRÉVENTION 24

62^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 26

LE COFFRET GRH DU CSMOCA :
BONIFIÉ POUR MIEUX VOUS OUTILLER 30

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 32

BALADO :
MARTIN ET ALEXANDRE CAMPBELL 33

ACTUALITÉS DES TCBQ 34



ENSEMBLE



Jessica Bélair

Présidente de la Section
membres fournisseurs de l'ADA
Directrice des Ventes / Coke Canada
jessicabelair@CokeCanada.com

Pour ceux et celles qui ont eu la chance d'être des nôtres lors de notre toute première activité de réseautage après-ski au mont Morin-Heights... vous savez déjà à quel point ce fut mémorable! Une soirée qui a dépassé toutes nos attentes et qui, disons-le, avait quelque chose d'unique : nous avions la montagne rien que pour nous.

À notre arrivée, les machines s'affairaient à préparer des conditions parfaites, et, dès 17 h, marchands et fournisseurs se sont retrouvés côte à côte sur les pistes, dans une ambiance à la fois festive et complice. Puis, pour prolonger le plaisir, et pour ceux qui avaient opté directement pour l'après-ski, notre espace resto-bar entièrement réservé s'est transformé en véritable lieu d'échanges et de connexions. Imaginez : des joues rosées, quelques jambes un peu endolories (ou pas... par exemple, celles de Michel Dépatie, un quasi-athlète olympique de ski!), des bouchées savoureuses, un verre à la main, et surtout, des discussions animées et inspirantes. Bref, une soirée dont on se souviendra longtemps.

Et bonne nouvelle : le comité membres-fournisseurs est déjà à préparer une deuxième édition au début de 2027. On espère sincèrement vous y retrouver encore plus nombreux!

Cette année, plus que jamais, nous avons la chance d'évoluer dans un contexte exceptionnel. Les événements sportifs se multiplient et créent une foule d'occasions de rassemblement à la maison; des moments simples, mais précieux, autour de bonne nourriture et de bons breuvages. Bien sûr, chaque saison apporte son lot de rendez-vous sportifs : soccer, football, baseball, hockey, mais une année olympique, avec des athlètes d'ici qui nous font vibrer, ajoute une dimension toute particulière. Sans oublier l'effervescence entourant les compétitions internationales à venir, telles que la Coupe du monde de la FIFA, qui promettent de rassembler les consommateurs comme rarement.

Pour nous, fournisseurs, ces moments représentent bien plus que des événements : ce sont de véritables occasions de créer de la valeur. Que ce soit par des partenariats inspirants, des programmes en magasin ou le lancement d'innovations attrayantes, nous avons entre les mains des leviers puissants pour générer de l'engouement... et des résultats concrets pour les marchands.

Mais au cœur de tout cela, il y a une clé essentielle : la collaboration.

Dans un marché en constante évolution, le travail d'équipe entre marchands, fournisseurs et forces de vente devient plus crucial que jamais. Ensemble, nous avons l'opportunité de maximiser chaque occasion, d'augmenter les points de contact, de bonifier l'expérience en magasin et de faire croître les paniers d'épicerie. Oui, le contexte économique peut parfois freiner les élans, mais ces moments de rassemblement incitent aussi les consommateurs à se faire plaisir, à recevoir leurs proches, à profiter du moment. Et c'est là que nous pouvons faire toute la différence.

Nos innovations, nos programmes, nos mises en marché, des entrées de magasin aux espaces promotionnels, ont tous le même objectif : capter l'attention, inspirer et créer des occasions d'achat. Ensemble.

Alors, à l'approche de la saison estivale, mon souhait est simple : continuons à nous faire confiance. Appuyons-nous sur nos équipes de vente, osons les nouvelles idées, et travaillons main dans la main pour faire vivre ces moments qui rassemblent.

Parce qu'en fin de compte, ce que nous créons va bien au-delà des ventes : nous contribuons à des instants de partage, à des souvenirs, à ces petits moments magiques du quotidien.

Alors, pour clore cette lecture, je vous souhaite de bonnes ventes, de belles collaborations... et surtout, profitons pleinement de tout ce que cette saison a à nous offrir. Ensemble.



70^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA



POUR VOUS INSCRIRE



AU 70^e CONGRÈS



LE 70^e CONGRÈS DE L'ADA APPROCHE LES INSCRIPTIONS SONT OUVERTES

Les inscriptions sont maintenant lancées pour le 70^e Congrès annuel de l'ADA, qui aura lieu du 13 au 15 novembre prochains, au Hilton Lac-Leamy, à Gatineau. Cette édition toute spéciale soulignera 70 ans de rencontres et de collaboration au sein de notre réseau.

Chaque année, le congrès de l'ADA rassemble détaillants et fournisseurs dans un cadre propice aux échanges, au réseautage et au partage d'idées. C'est un moment privilégié pour prendre du recul, discuter des enjeux du milieu et renforcer les liens qui font la force de notre industrie, le tout dans une ambiance conviviale.

Que vous participiez pour apprendre, échanger ou développer de nouvelles relations d'affaires, ce 70^e Congrès promet d'être un rendez-vous marquant. Les inscriptions sont ouvertes dès maintenant : réservez votre place et joignez-vous à nous pour cette édition anniversaire.



LA COURSE À L'EXCELLENCE DES FOURNISSEURS

La Course à l'Excellence des fournisseurs sera de retour cette année dans le cadre du 70^e congrès de l'ADA. Cette activité dynamique met en lumière des entreprises d'ici en leur offrant une vitrine unique pour présenter leurs innovations directement aux détaillants, à travers une série de rencontres et de présentations éclair. Une occasion privilégiée de faire rayonner le savoir-faire local et de créer des liens concrets au cœur de l'industrie. Pour s'inscrire, consultez les détails et scannez le code QR suivant :



Connaissez-vous bien les règles encadrant le travail des 16 ans et moins ?

Heures de travail hebdomadaires

Identification des risques pour la santé et la sécurité

Particularités



Pour en savoir plus



DC1300-1312 (2025-12)

PORTRAIT DE DÉTAILLANTS



L'INTERMARCHÉ SAINT-AMBROISE : L'HISTOIRE D'UNE FAMILLE, D'UN VILLAGE ET D'UN COMMERCE

À Saint-Ambroise, au cœur du Saguenay-Lac-Saint-Jean, l'Intermarché est plus qu'un lieu où l'on remplit son panier : c'est un point de repère, un lieu de rencontres, un pilier économique et affectif. Depuis près de 30 ans, ce commerce porte la signature d'une famille qui a fait de l'alimentation un métier, mais surtout une vocation. Aujourd'hui, la relève est incarnée par quatre frères. Samuel, Guillaume, Anthony et Alex Pilote, unis par un même projet collectif, désirent nourrir leur communauté et travaillent à la faire grandir.

UNE HISTOIRE ENRACINÉE DANS LE VILLAGE

L'aventure commence en 1997, lorsque Marie-Chantal et Marc Pilote, accompagnés de Manon et Guy Pilote, rachètent le Marché Bourget. Le commerce, anciennement lié aux cantons Bourget, porte encore ce nom, mais la famille Pilote a toujours préféré une appellation fidèle au territoire : l'Intermarché Saint-Ambroise. Un retour aux sources pour la communauté, puisqu'une coopérative locale se trouvait déjà à cet endroit depuis la fin des années 1920.

Dès les premières années, les membres de la famille s'investissent à fond. Bouchers de métier, les deux patriarches développent rapidement une expertise qui changera le destin du commerce : la charcuterie maison. Peu à peu, le comptoir devient une référence régionale, offrant aujourd'hui plus de 60 variétés de charcuteries artisanales, dont un smoked meat et un jambon prisés bien au-delà des limites du village.

GRANDIR DANS LA DYNAMIQUE DES QUATRE FRÈRES

Pour Samuel Pilote, l'un des quatre frères aujourd'hui propriétaires, la dynamique familiale a toujours été une force. «On se chicane parfois, comme des frères, mais on revient toujours à l'essentiel»,

confie-t-il. Leurs personnalités complémentaires ont naturellement façonné la structure de l'entreprise : Anthony dirige l'épicerie et ancre les décisions dans la réalité, Guillaume insuffle son sens créatif au marketing et aux produits transformés, Alex excelle dans l'entretien, les projets physiques et la gestion des actifs, et Samuel, passionné par les chiffres, gère la comptabilité, les opérations de la boucherie et la coordination administrative.

C'est en 2021 que les quatre frères entament officiellement la transition. Ils rachètent d'abord les parts de leur oncle et tante, puis celles de leurs parents en 2023, devenant alors propriétaires à 100 %. Depuis, l'entreprise a pris un nouvel élan : modernisation du magasin, arrivée de nouvelles gammes de produits, consolidation des activités connexes.

UNE VISION ENTREPRENEURIALE QUI DÉPASSE LES MURS DE L'ÉPICERIE

La famille Pilote ne s'est jamais contentée d'une seule entreprise. Leurs nombreux projets connexes (station-service, bleuetière, service de traiteur, salle de réception, immeubles à logements) ont tous un lien avec la mission centrale : offrir des aliments locaux et de qualité. Leurs fameux beignes maison, entre autres, préparés depuis des décennies ont même pris leur envol en dehors de la région, portés par une demande croissante.

L'entreprise vient aussi de faire l'acquisition de l'ancien restaurant L'Accueil, qui servira bientôt d'atelier de fabrication. Cela permettra d'augmenter la production de pains, de beignes, de tourtières et de tartes aux bleuets, des produits emblématiques créés de toutes pièces.

Leur ancrage régional ne se limite pas aux produits offerts. Il se reflète aussi dans leurs décisions d'affaires. Lorsque les frères Pilote ont voulu refaire leurs tables de fruits et légumes, ils ont choisi de confier le mandat à un atelier de fabrication tout près, tenu par des amis de Saint-Ambroise. Un geste caractéristique de leur manière de faire : lorsque c'est possible, on encourage d'abord les gens du village.

UN COMMERCE ANCRÉ DANS SA COMMUNAUTÉ

À Saint-Ambroise, l'Intermarché joue un rôle comparable à celui des magasins généraux d'autrefois : un lieu de courses, oui, mais surtout un lieu où l'on se parle, où l'on prend des nouvelles, où l'on croise famille, voisins et amis. L'équipe soutient les clubs sportifs, les activités des jeunes, les événements communautaires, souvent sans chercher la visibilité. «Notre père nous a toujours dit que, si on prend soin de notre communauté, elle prendra soin de nous», raconte Samuel.

Cette proximité compense largement les défis typiques de l'épicerie en région : transport plus coûteux, livraisons moins fréquentes, concurrence des grands joueurs. Ici, le service n'est pas un slogan : il est incarné, personnalisé, humain.

L'AVENIR : CRÉATIVITÉ, COURAGE ET FIDÉLITÉ À LA MISSION

Alors que le secteur alimentaire se transforme rapidement, Samuel demeure confiant. La clé, selon lui réside dans la volonté de continuer d'innover, d'être créatif, d'oser sortir du cadre de l'épicerie traditionnelle. La relève familiale semble déjà assurée, dix enfants gravitent aujourd'hui autour du commerce, encore trop jeunes, mais appartenant à une nouvelle génération d'entrepreneurs enracinés dans le village.

L'Intermarché Saint-Ambroise n'est pas seulement une entreprise : c'est un héritage, un geste d'amour envers une région. Une histoire qui se construit au rythme des familles, des produits locaux et des conversations qui s'éternisent dans les allées. Une histoire portée par quatre frères qui ont fait de leur mission la plus essentielle : offrir de la nourriture à leur communauté. Le fil conducteur de tout ce qu'ils bâtissent.

À la suite de l'effondrement du toit de leur magasin, une épreuve difficile et imprévue, nous tenons à leur exprimer tout notre soutien et à leur dire que nous sommes de tout cœur avec eux.

FAMILLE PILOTE | INTERMARCHÉ SAINT-AMBROISE



CONSIGNE

Un dernier droit avant le 1^{er} mars 2027

Alors que plus de 250 détaillants alimentaires ont eu la chance de se regrouper à un centre Consignation au cours des derniers mois, plus de 700 détaillants attendent toujours de pouvoir arrêter la reprise des contenants consignés. À l'heure actuelle, nous pouvons estimer que quelques centaines de marchands seront encore identifiés comme lieu de retour temporaire au 1^{er} mars 2027, alors que les bouteilles de vin, de spiritueux et les contenants de boissons en carton multicouches s'ajouteront au réseau de consigne. **Pour notre association, le message est clair : aucun détaillant en alimentation concerné ne reprendra les nouvelles matières en raison des enjeux opérationnels de salubrité et d'innocuité.**

QUEL SERA LE PORTRAIT DES PROCHAINS MOIS? PLUSIEURS PRIORITÉS SONT IDENTIFIÉES :

Été 2027 : avec les vacances, la structure de l'AQRCB devra être efficace alors que la pression sera importante chez les détaillants qui reprennent temporairement les contenants consignés et les kiosques qui ont remplacé les commerces avoisinants. L'agilité des collectes sera la clé du succès.

Pour tout enjeu au niveau de la collecte, n'hésitez pas à contacter la ligne d'urgence de l'AQRCB : 1 877 223-7975

Certains détaillants seront identifiés afin de soutenir des secteurs en région moins bien desservis. Leur participation se fera sur une base volontaire et ils pourront se retirer en tout temps. Des scénarios se développent actuellement avec Consignation afin que des équipements leur soient offerts, selon le volume du secteur. Ces équipements devront contrer les risques de contamination des nouvelles matières dans des environnements alimentaires et permettre de répondre à la demande.

1^{er} mars 2027 : d'ici cette date fatidique, toute l'énergie doit s'orienter vers le déploiement du réseau modernisé. Actuellement, 150 Consignation urbain/+ et 86 zones Consignation sont en exploitation, ce qui représente environ 60% du volume de contenants consignés au Québec. Le rythme doit accélérer alors qu'un total de 400 centres Consignation urbain/+ et près de 175 zones Consignation doivent ouvrir leurs portes d'ici la prochaine phase de déploiement.

Bref, plusieurs changements sont à prévoir, et des communications proactives aux différents publics seront nécessaires. Malgré un certain retard constaté dans le déploiement, nous pouvons nous réjouir que les détaillants soient en voie de cesser la reprise des contenants à l'intérieur de leurs installations.

Fidèles à nos habitudes, nous continuerons de faire de ce dossier une priorité afin que la réalité opérationnelle des détaillants en alimentation soit considérée dans le déploiement. Ne sachant pas ce que l'avenir politique nous réserve, nous avons également profité du printemps pour solliciter des rencontres auprès de chacune des formations politiques afin de présenter aux élus un état de la situation de ce dossier important.





ÉLECTIONS GÉNÉRALES QUÉBÉCOISES 2026

Ce 5 octobre 2026 auront lieu les 44^e élections générales québécoises. Le Parti québécois est pour le moment en tête des intentions de vote, suivi de près par le Parti libéral du Québec. Dans ce contexte, l'ADA intensifie ses échanges avec les différents partis afin que les nouveaux élus soient sensibilisés aux enjeux de notre secteur. Nos 3 propositions principales sont aussi accompagnées du dossier des coûts d'opération. Nos propositions s'articulent autour de 3 enjeux : la bonification du Fonds Région et Ruralité, les allègements réglementaires et la main-d'œuvre dans nos commerces. Un document a été envoyé à cet effet à tous les partis afin d'entamer la conversation.

1

Poursuivre et bonifier le Fonds régions et ruralité (FRR) :

La proposition 1 vise à poursuivre et bonifier le FRR : un levier qui a déjà permis la modernisation d'équipements et le maintien de services alimentaires de proximité dans plusieurs municipalités de 2 000 habitants et moins. La flexibilité de ce programme permet d'assurer la continuité des services alimentaires de proximité et de contrer l'émergence de nouveaux déserts alimentaires.

2

Transformer l'allègement réglementaire en gains pour les PME :

Les détaillants en alimentation composent avec un empilement d'obligations administratives. L'ADA propose de faire de l'allègement un standard d'action gouvernementale plutôt qu'un geste ponctuel, en instaurant un test PME obligatoire, public et chiffré pour toute nouvelle règle. Concrètement, cela signifie évaluer l'impact réel d'un changement réglementaire avant son adoption : par exemple, mesurer combien d'heures de gestion supplémentaires une nouvelle exigence d'étiquetage représente pour un détaillant indépendant, ou estimer le coût de mise en conformité d'une modification au Règlement sur les aliments.

3

Favoriser les travailleurs essentiels du secteur :

Plusieurs détaillants peinent à recruter, ce qui affecte directement des départements clés comme la boucherie, la boulangerie ou la poissonnerie. L'ADA propose de reconnaître le détail alimentaire comme secteur essentiel dans les programmes d'immigration, en assouplissant le cadre des EIMT pour permettre des permis de deux ans, et en intégrant ces emplois au Programme de sélection des travailleurs qualifiés. Par exemple, un boucher étranger formé et déjà intégré dans un commerce de quartier devrait pouvoir y poursuivre sa carrière sans renouvellements annuels coûteux. Des incitatifs fiscaux pour les travailleurs expérimentés complèteraient utilement cette approche.

Nous vous tiendrons informés de nos démarches et des engagements électoraux qui concernent notre secteur.

Si vous rencontrez des candidats au cours de l'été, n'hésitez pas à leur faire part de vos préoccupations et tenez-nous informés de leurs réactions (sbouchard@adaq.qc.ca).



CONSULTEZ NOTRE DOCUMENT SUR
NOS PROPOSITIONS AUX PARTIS



LES MISES À JOUR ÉCONOMIQUES DE CE DÉBUT DE PRINTEMPS

01 ▶ Budget du Québec 2026-2027 : Ce qui concerne notre secteur!

En pleine course à la chefferie afin de succéder au premier ministre François Legault, le ministre des Finances du Québec, Eric Girard, a déposé le 18 mars dernier le budget du Québec 2026-2027, soit le dernier avant la période électorale de l'automne. Ce budget se caractérise par des mesures additionnelles totalisant près de 9,6 G\$ d'ici 5 ans pour renforcer les services publics, stimuler l'économie, protéger le pouvoir d'achat des Québécois et veiller sur le bien-être des plus vulnérables. Le gouvernement prévoit un retour de l'équilibre budgétaire à l'exercice financier 2029-2030 et un déficit budgétaire de 6,3 G\$ pour la prochaine année financière (2026-2027).

Fait intéressant : le ministre des Finances a octroyé une marge de manœuvre de 1,3 G\$ sur 5 ans à Christine Fréchette, la nouvelle première ministre, d'ici les élections.

PROJETS AGROALIMENTAIRES

Les PME bénéficieront de 216,2 M\$ pour des projets agroalimentaires dans les régions. Pour assurer la pérennité de notre secteur, le gouvernement prévoit 95,1 M\$ sur 3 ans pour poursuivre le financement des programmes et des initiatives de la Politique bioalimentaire 2025-2035.

CONTREBANDE DU TABAC

Une enveloppe de 750 M\$ sur 5 ans est annoncée pour continuer à renforcer la sécurité, comme la lutte contre les activités de contrebande de tabac et d'alcool, notamment par le programme Accès Tabac.

EN VRAC

Des sommes additionnelles à la sécurité publique de 150 M\$ sont prévues pour soutenir les activités en prévention et en intervention pour les 5 prochaines années en plus de 66 M\$ sur 3 ans pour renforcer la lutte contre les violences armées.

Le budget prévoit le maintien du financement de l'organisme Les Banques Alimentaires avec un investissement de 61 M\$ sur 5 ans.

Le budget prévoit le maintien du financement de l'organisme Les Banques Alimentaires avec un investissement de 61 M\$ sur 5 ans.

27 M\$ sont octroyés à Éco Entreprises Québec comme mesure ponctuelle pour assurer la transition entre l'ancien et le nouveau système. Il s'agit d'une bonne nouvelle qui fait suite aux représentations de plusieurs associations du secteur visant à réduire l'augmentation de la facture des coûts aux entreprises concernées.

02 ▶ Mise à jour économique d'Ottawa

Le ministre des Finances François-Philippe Champagne a présenté le 28 avril sa mise à jour économique du printemps, affichant un déficit revu à la baisse de 11,5 G\$. Pour les détaillants en alimentation, trois éléments méritent notre attention. D'abord, l'Allocation canadienne pour l'épicerie et les besoins essentiels, une aide de 11,7 G\$ versée à quelque 12 M de ménages à faible revenu dès le 5 juin. Ensuite, la suspension de la taxe d'accise sur l'essence et le diesel jusqu'en septembre pourrait alléger les coûts de transport et de livraison. Enfin, Ottawa entend élaborer une stratégie nationale de sécurité alimentaire visant à rendre les aliments plus abordables et à renforcer la production alimentaire au pays, un dossier que l'ADA suivra de près.

Christine Fréchette — La nouvelle première ministre du Québec, pour 176 jours ou plus?

Depuis le 12 avril, le Québec compte sur une nouvelle première ministre, avec la nomination de Christine Fréchette comme cheffe de la Coalition Avenir Québec pour succéder à François Legault. Dans la foulée de son arrivée et du mandat de renouveau qu'elle porte, notre secteur souhaite que la cassure qu'elle désire incarner se traduise concrètement par une évolution des outils économiques afin de mieux répondre aux réalités d'aujourd'hui. Pour les détaillants en alimentation, ce renouveau doit se refléter dans des leviers plus souples au niveau réglementaire et mieux adaptés aux dynamiques régionales.

À cet égard, l'engagement électoral de la Coalition Avenir Québec en 2022 d'investir 470 M\$ dans le Fonds régions et ruralité avait suscité des attentes importantes sur le terrain. Or, à ce jour, seulement 50 M\$ ont été annoncés pour soutenir les commerces de proximité, laissant un potentiel considérable encore à exploiter. À l'approche du scrutin du 5 octobre, il s'agit d'une occasion concrète de respecter cet engagement et d'envoyer un signal fort à nos entreprises qui contribuent chaque jour à la vitalité de nos régions.

Le Fonds régions et ruralité s'inscrit directement dans cette ambition. Bien utilisé, il peut devenir un catalyseur pour permettre aux commerces de proximité de se moderniser, de diversifier leur offre et de continuer à jouer un rôle central dans la vitalité économique et sociale des communautés partout au Québec. Afin d'exprimer les retombées positives de cette mesure, voici un exemple concret d'un commerce en ayant bénéficié, ainsi qu'un exemple d'un détaillant souhaitant ardemment obtenir une telle aide afin de pérenniser son commerce et d'augmenter son offre :

La Ferme Bouffard est une entreprise familiale estrienne dont l'expertise agricole se transmet de génération en génération depuis 1975. Fondée par Alain et Pauline Bouffard, l'entreprise est passée de la production laitière à l'élevage bovin, tout en développant un modèle intégré allant de la ferme jusqu'aux commerces de détail Face de Bœuf. Aujourd'hui, plusieurs membres de la famille participent activement à cette relève entrepreneuriale qui mise sur la qualité, l'achat local et la proximité avec les consommateurs.

Comme entrepreneurs profondément ancrés dans leur communauté, la propriétaire Sylvie Bouffard a déposé une demande au Fonds régions et ruralité afin d'ajouter une génératrice et de procéder à la réfection de la devanture du magasin d'Ayers Cliff. Dans cette communauté rurale où l'accès aux commerces alimentaires est limité, cette boucherie représente un service essentiel pour les familles, les aînés et les personnes à mobilité réduite. Les fréquentes pannes d'électricité fragilisent toutefois leur capacité à maintenir leurs opérations, entraînant des pertes de marchandises et des interruptions de service. L'ajout d'une génératrice ainsi que les améliorations au bâtiment permettront d'assurer la pérennité du commerce et d'offrir des installations plus fonctionnelles pour les employés et la clientèle.

Ce projet illustre concrètement la pertinence de soutenir les commerces alimentaires de proximité qui jouent un rôle clé dans la vitalité et la résilience de nos régions.

Malheureusement, au moment d'écrire ces lignes, nous apprenons que leur demande a été refusée, malgré qu'elle soit jugée recevable selon les critères du programme. Cela réaffirme la nécessité de bonifier l'enveloppe financière de ce projet important pour la vitalité de nos régions.



FORMATION DU NOUVEAU CONSEIL DES MINISTRES ▾

L'amorce d'une nouvelle législature rime avec la formation d'un nouveau Conseil des ministres. Effectivement, le cabinet ministériel de madame Fréchette a été formé le 21 avril dernier avec 29 ministres (17 hommes et 12 femmes). Plusieurs visages sont connus pour notre Association. Certains conservent leurs postes, d'autres ont de nouvelles fonctions alors que de nouveaux venus s'ajoutent. Bien entendu, l'intérêt des détaillants en alimentation sera mis en avant et nous rencontrerons plusieurs de ces élus ainsi que leur équipe au cours des prochains jours.

Ministres d'intérêt pour notre secteur



Donald Martel
Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation



Bernard Drainville
Ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie



Daniel Bernard
Ministre délégué à l'Économie et aux Petites et Moyennes Entreprises



Pascale Déry
Ministre de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs



François Bonnardel
Ministre de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration



Samuel Poulin
Ministre des Affaires municipales



Mathieu Lévesque
Ministre délégué aux Régions



Jean-François Simard
Ministre de l'Emploi

COÛTS D'OPÉRATION/ ET FRAIS D'INTERCHANGE – INFLATION

L'ADA a mis en place une recherche quantitative sur les coûts d'opération de nos membres. Il résulte de cette dernière que les frais qui augmentent le plus et qui galvanisent la pression sur les marges des détaillants sont ceux des cartes de crédit. Voici les résultats de nos recherches qui illustrent la pression exercée sur la marge des détaillants en alimentation dans un contexte marqué par une hausse du coût des aliments. Résultat : les coûts d'opération ont augmenté encore plus rapidement que le coût des aliments.



Contexte inflationniste

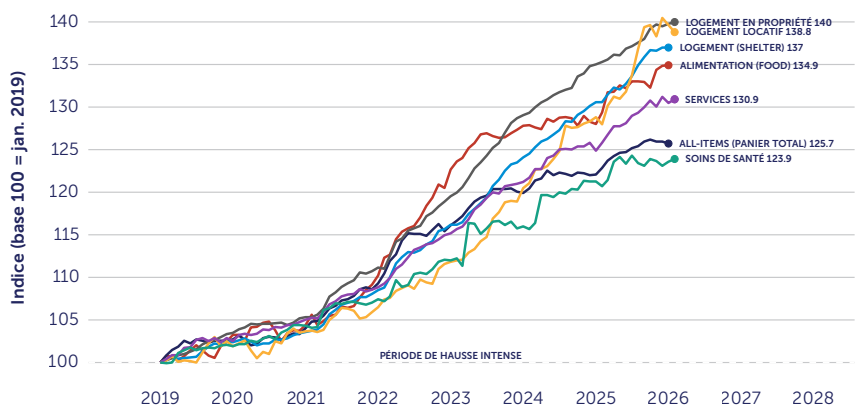
Le contexte inflationniste inquiète de plus en plus les consommateurs et est un sujet des plus sensibles à l'aube des élections générales québécoises. Bien que pointé du doigt régulièrement, le secteur du commerce de détail en alimentation n'est pas l'unique secteur qui connaît une inflation depuis 2020.

L'inflation n'est pas propre au commerce alimentaire. Depuis 2019, le logement locatif a augmenté de 38,8 %, les restaurants de 37,3 %, l'alimentaire de 34,9 % et les services de 30,9 % au Québec. La hausse des prix en épicerie reflète une tendance généralisée à l'ensemble de l'économie, et non une volonté d'élargir les marges aux dépens des consommateurs.

Les prix à la consommation pour l'alimentaire ont augmenté de 34,9 % entre 2019 et 2026, mais les prix des intrants et IPPI (*Industrial Products Price Index, sortie d'usine*) ont, quant à eux, progressé de 38,6 % sur la même période. Autrement dit, les détaillants ont absorbé une compression de marge structurelle du côté de l'approvisionnement avant même de comptabiliser leurs coûts d'exploitation.

1 ► Inflations des différents secteurs

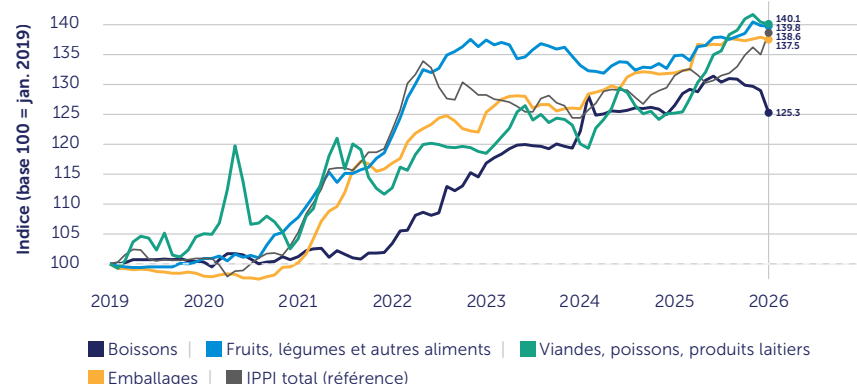
Indice IPC à la consommation, base 100 = janvier 2019, Québec



Source : Statistique Canada, IPC Québec — tableaux 18-10-0004-01 et IPC mensuel
Lecture : un indice de 134,9 pour Food signifie que les prix alimentaires ont augmenté de 34,9% depuis janvier 2019

2 ► Les coûts d'approvisionnement des détaillants

Indice des prix des produits industriels (IPPI), base 100 = janvier 2019, Canada. Note : l'IPPI mesure les prix à la sortie d'usine — c'est le coût que paie le détaillant pour s'approvisionner



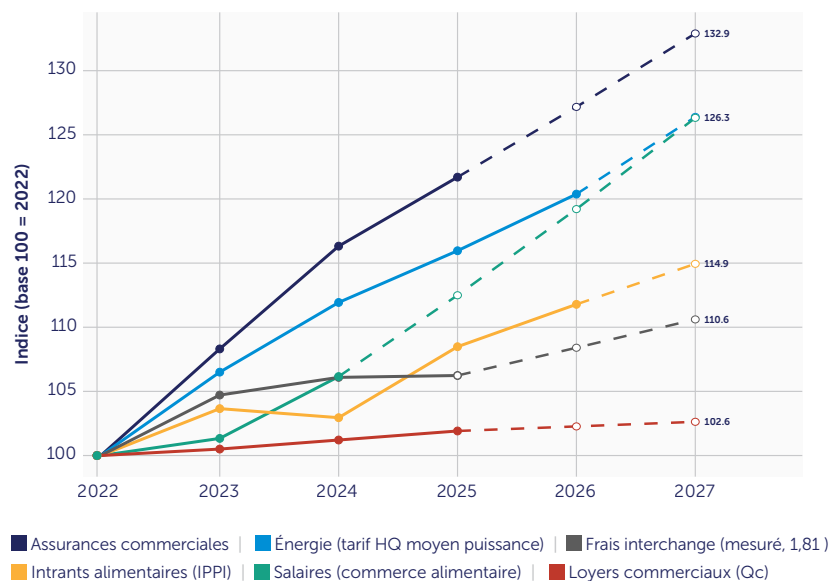
Source : Statistique Canada, Indice des prix des produits industriels (IPPI), tableau 18-10-0266-01
Lecture : un indice de 120 signifie que le coût d'approvisionnement a augmenté de 20% depuis janvier 2019

Augmentation des dépenses opérationnelles (OPEX)

Les IPPI ne sont pas les seules variables qui ont attiré notre attention dans cette recherche. Nous avons aussi étudié l'augmentation généralisée des coûts d'opération.

3 ► Augmentation des OPEX - Projections pour 2027

Indice base 100 = 2022, détaillants alimentaires Québec/Canada



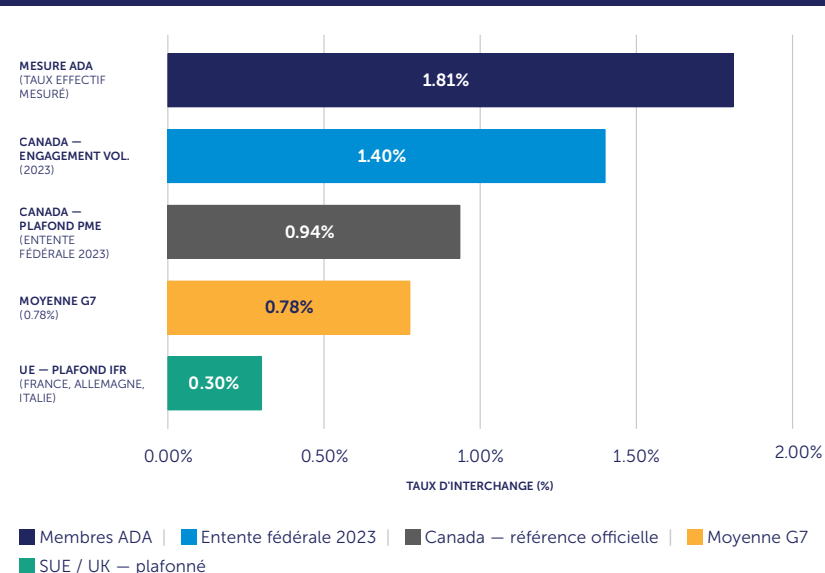
Hypothèses de projection : salaires au TCAC mesuré 2022–2024 · intrants au TCAC mesuré 2022–2024, énergie +5,0 %/an (tendance HQ) · assurances +4,5 %/an (ralentissement sectoriel) · loyers +0,35 %/an · interchange au TCAC volume PDV crédit 2019–2024 (6,0%/an) au taux de 1,81 %

L'ensemble des coûts d'exploitation est en hausse depuis 2022. En moyenne, les OPEX ont progressé d'environ 17 % entre 2022 et 2026 (environ 4 %/an). Dans ce contexte, les frais d'interchange se distinguent : ils ont augmenté de 26,3 % sur la même période, soit un rythme près de 55 % supérieur à la moyenne des autres postes de coûts. La facture d'Hydro-Québec a quant à elle progressé de 20,8 % et les intrants alimentaires de 14 %. Parmi ces coûts en hausse, les frais d'interchange ont une caractéristique unique : ils sont fixés unilatéralement par les réseaux de paiement, sans plafond réglementaire au Canada.

Depuis 2019, la part des transactions réglées par carte de crédit au point de vente est passée de 60 % à 64,4 % pour les détaillants canadiens. Cette progression structurelle amplifie l'impact de chaque point de base de taux.

4 ► Frais d'interchange

Membres ADA vs références internationales



Sources : Visa Canada Interchange Rates (oct. 2025) · Mastercard Canada Interchange Rates (oct. 2025) · Règlement (UE) 2015/751 IFR · KC Fed (août 2025) **Note :** taux standard uniquement. Cartes premium (Visa Infinite, MC World Elite) : 1,8 %–2,4 % au Canada non incluses dans le taux mesuré membres ADA

Si nous comparons notre situation avec celle de d'autres pays, le contraste est saisissant : le taux moyen d'interchange des détaillants en alimentation sondés par l'ADA dépasse 1,8 %, contre 0,3 % dans l'Union européenne (plafond IFR) et moins de 1 % au Royaume-Uni.



L'étude *Copenhagen Economics* réalisée pour la Commission européenne en 2020, portant sur l'application du 0,30 %, établit que 66 % à 72 % des économies de frais d'interchange réalisées par les marchands ont été transmises aux consommateurs sous forme de prix de détail plus bas. La Reserve Bank of Australia a également identifié en mars 2026 « une pression à la baisse sur les prix de détail des biens et services pour les consommateurs » parmi les bénéfices attendus d'une réduction des plafonds d'interchange.

Entre 2019 et 2024, les frais d'interchange ont ajouté 660 M\$ de charges nettes au secteur du détail canadien, dont 2275 M\$ qui auraient pu être évités si le taux était comparable à celui de l'UE depuis 2019. **Nous souhaitons alors nous arrimer au taux de 0,30%.**

5 ► Scénarios des différents taux d'interchange et des économies réalisables (2024, secteur de détail canadien)

Scénario	Taux interchange	Frais annuels alim. (M\$)	Économie vs statu quo (M\$)	Usage possible de l'économie
Statu quo mesuré (1,81 %)	1.815%	2 726	0	Situation actuelle mesurée – pression maintenue sur les marges
Réduit PME (0,95 %)	0.950%	1 427	1 299	Allègement significatif – financer modernisation des équipements ou maintien d'emplois en région
Moyenne G7 (0,78 %)	0.775%	1 164	1 562	Alignement sur la moyenne internationale – économie de 1562 M\$
Cible Europe – plafond IFR (0,30 %)	0.300%	451	2 275	Allègement majeur – promotions ciblées, investissements TI, maintien de magasins en zones rurales

Estimations basées sur la valeur totale des transactions par carte de crédit au point de vente au Canada (Paiements Canada, 2024) et la part attribuable au secteur alimentaire (21,35 %, moyenne 2019-2022, Statistique Canada). **Sources :** Visa et Mastercard Canada (octobre 2025), Federal Reserve Bank of Kansas City (août 2025), engagements volontaires fédéraux 2023, Règlement (UE) 2015/751.

La seule mesure visant à abaisser ces frais à 0,95 % exclut la quasi-totalité des détaillants en alimentation, car le volume de ventes est souvent trop bas pour que les détaillants puissent y participer. En effet, ce taux de 0,95 % ne s'applique qu'aux PME dont le volume de ventes annuelles par carte Visa est inférieur à 300000 \$ et celles dont le volume de ventes annuelles par carte Mastercard est inférieur à 175000 \$.

Face à des frais d'interchange qui ont augmenté de 26,3 % depuis 2022 et qui représentent désormais un levier de compression des marges documenté, l'ADA poursuit ses démarches auprès des décideurs publics pour obtenir un nouvel encadrement réglementaire. Les élections provinciales à nos portes seront également l'opportunité de sensibiliser les élus sur la pression que vivent les détaillants en alimentation depuis plusieurs années et les répercussions sur leur développement.

AGENCES SAQ

Plus de 450 détaillants québécois exploitent une agence ou une zone SAQ assurant l'accessibilité des produits dans des régions où les succursales peineraient à être rentables. Ce réseau remplit une mission d'intérêt collectif : maintenir une offre de proximité dans des zones rurales et périurbaines. Pourtant, derrière chaque bouteille vendue, la réalité est celle d'un modèle où les conditions d'affaires et la rentabilité se heurtent aux capacités des détaillants concernés. Entre 2022 et 2025, les frais d'exploitation des agences ont bondi d'environ 15 % (salaires, assurances et électricité), alors que le revenu réel de commission n'a progressé que de 3,17 % après inflation. Tous les frais liés à l'opérationnalisation des agences abaissent la marge à 1,9 %, créant un déséquilibre structurel entre la rentabilité de la SAQ et des agences.

L'équité comme condition du développement du modèle

Un détaillant qui opère une agence SAQ absorbe seul la totalité du risque opérationnel, comme le loyer, la main-d'œuvre, le transport des produits et l'énergie, sans aucun levier de prix. À chaque dollar vendu, il conserve à peine 0,2 cent de profit net. **Développer et pérenniser le réseau d'agences exige un principe d'équité simple : si les coûts augmentent, la commission doit suivre. L'ADA demande une augmentation de la commission comme condition minimale de viabilité pour les commerces qui portent ce réseau.** L'ADA poursuit par ailleurs ses discussions avec la société d'État, lors notamment d'une rencontre dans nos bureaux le 27 avril dernier, afin d'identifier des pistes de solution.

Consultation sur l'alcool et vente de prêts-à-boire avec spiritueux

Le gouvernement du Québec a annoncé le 17 mars dernier la création d'un comité pour jeter les bases de la modernisation des lois sur l'alcool. Cette initiative constitue une occasion importante de faire évoluer un cadre réglementaire qui touche plusieurs secteurs de notre économie.

Pour l'ADA, cette démarche doit permettre d'améliorer l'offre disponible pour les consommateurs québécois, notamment en facilitant la mise en marché de produits régionaux dans vos magasins. C'est pourquoi cinq représentants de l'Association ont participé aux consultations qui se sont tenues à Montréal et à Québec afin de porter adéquatement la voix de notre secteur. Un mémoire a également été rédigé afin de présenter l'ensemble de nos orientations aux coprésidentes du comité.



CONSULTEZ NOTRE MÉMOIRE À CE SUJET

Rappelons également l'adoption du projet de loi 11 par le ministre délégué à l'Économie, monsieur Daniel Bernard, où un amendement permettant la vente chez les détaillants en alimentation de prêts à boire à base de spiritueux a été introduit. Nous suivons ce dossier de près, notamment concernant les modalités opérationnelles (rentabilité, approvisionnement, etc.). La date d'entrée en vigueur envisagée est le 1^{er} août 2026.

À LA MÉMOIRE DE

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



BERNARD FORTIN
1950-2026

Bâtitseur majeur de l'industrie de la restauration au Québec, Bernard Fortin a profondément marqué l'Association Restauration Québec (ARQ), qu'il a dirigée pendant 30 ans à titre de président-directeur général. Visionnaire et rassembleur, il a transformé l'ARQ en une association incontournable, attentive aux besoins de ses membres et tournée vers des solutions concrètes. Sous son leadership, des initiatives structurantes ont vu le jour, notamment en matière d'achats groupés, d'assurances et d'économies d'énergie, générant des retombées durables pour des milliers de restauratrices et restaurateurs. Homme profondément humain, mentor respecté et conteur infatigable, Bernard Fortin laisse un héritage précieux, fait de vision, de générosité et d'engagement.



DENIS COUSINEAU
1941-2026

C'est avec tristesse que nous apprenons le décès de monsieur Denis Cousineau.

Son passage dans le domaine de l'alimentation laisse une empreinte appréciée, témoignant de son engagement au sein de ce milieu.

Nous offrons nos sincères condoléances à sa famille et à ses proches.

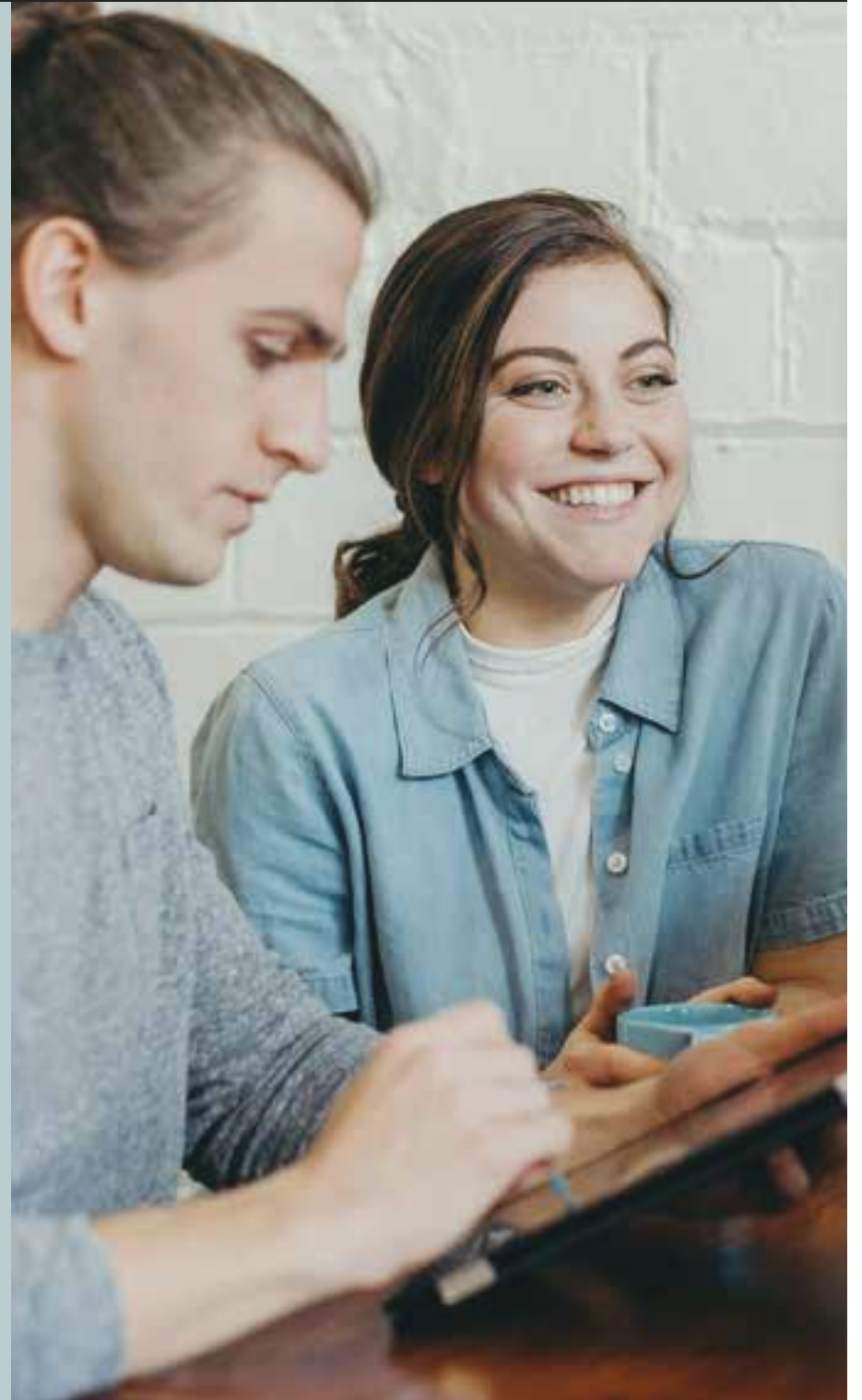
Avec cette tribune, l'ADA souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont partis trop vite. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage et nous partagerons la triste nouvelle.

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

VOUS 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



UN LEVIER CONCRET POUR RÉDUIRE LES GES



1-888-728-9169

www.sorac.ca
info@sorac.ca



Recyclez gratuitement vos appareils commerciaux avec la SORAC !



SORAC
Association de récupération des appareils commerciaux

Les appareils réfrigérants font partie intégrante du quotidien des épiceries : réfrigérateurs, congélateurs et vitrines sont essentiels aux opérations. Pourtant, leur gestion en fin de vie demeure souvent sous-estimée, alors qu'elle représente un levier environnemental concret et mesurable pour le commerce alimentaire.

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL MAJEUR

À elle seule, une épicerie de taille moyenne qui effectue la conversion de tous ses équipements peut éviter jusqu'à 85 tonnes de GES grâce à la récupération responsable de ses appareils réfrigérants avec la SORAC.

CET IMPACT ÉQUIVAUT :

Aux émissions annuelles moyennes de près de 20 voitures

À près de 10 tours complets de la Terre effectués en voiture

Quand on considère que le Québec compte des milliers de commerces alimentaires, on comprend rapidement que la fin de vie des appareils réfrigérants peut jouer un rôle important dans la réduction globale des émissions de gaz à effet de serre du secteur.

LA COLLECTE SANS FRAIS DES APPAREILS AVEC COMPRESSEUR INTÉGRÉ

La SORAC est le seul organisme de gestion reconnu par Recyc-Québec autorisé à prendre en charge ces appareils au Québec. Il est donc important de noter que le RRVPE, le règlement qui encadre la récupération des appareils, met de l'avant l'interdiction de les confier à des ferrailleurs ou à des recycleurs privés.

Afin de faciliter les démarches des détaillants, la SORAC prend actuellement en charge, sans frais, la collecte des

appareils réfrigérants munis d'un compresseur intégré. Les commerces peuvent demander une collecte à tout moment, que ce soit lors d'un remplacement d'équipement ou d'une rénovation.

Cette prise en charge simplifie la gestion de fin de vie des appareils tout en assurant un traitement conforme et sécuritaire des gaz et de l'ensemble des composantes des appareils.

ÉLARGISSEMENT DU PROGRAMME EN COURS D'ANNÉE

La SORAC travaille également à l'élargissement de son programme, afin d'inclure au courant de l'année les appareils réfrigérants dont le compresseur n'est pas intégré. Les détaillants possédant ce type d'équipement sont invités à communiquer avec la SORAC afin d'évaluer les options et de rester informés des développements à venir.

DES AVANTAGES CONCRETS POUR LES DÉTAILLANTS

LE PROGRAMME DE RÉCUPÉRATION DE LA SORAC OFFRE PLUSIEURS BÉNÉFICES :

Collecte sans frais

Démarches simples et encadrées

Conformité réglementaire assurée

Traçabilité complète des appareils

Taux de valorisation de 96 % des composantes récupérées

Cette performance permet de limiter l'enfouissement et de maximiser la récupération des matières.

UN PROJET DE RÉEMPLOI EN DÉVELOPPEMENT

Conformément à la hiérarchie des 3RV et au cadre réglementaire du RRVPE qui privilégie le réemploi avant le recyclage, la SORAC est tenue de structurer un projet de réemploi des appareils de réfrigération et de congélation commerciaux et institutionnels.

Ce projet a été amorcé en novembre 2025 avec la mise en place d'un comité de réemploi. Celui-ci a pour mandat de définir une approche cohérente, rigoureuse et applicable aux réalités du terrain. La SORAC travaille actuellement à établir sa notion de réemploi, ainsi que les critères essentiels permettant de reconnaître officiellement un appareil comme réemployé, tant sur le plan technique que réglementaire.

En 2026, un projet pilote sera déployé afin de tester différents modèles et hypothèses auprès de membres et de partenaires ciblés. Cette phase permettra de recueillir des données terrain, d'évaluer le potentiel réel de réemploi de certains appareils et d'identifier les conditions gagnantes pour leur remise en circulation.

L'objectif est clair : donner une seconde vie aux appareils présentant un potentiel de réemploi, lorsque cela est possible, plutôt que de les diriger systématiquement vers le recyclage. Cette approche permet de réduire la production de nouveaux équipements, de limiter l'extraction de ressources et de diminuer l'empreinte environnementale globale du secteur.

DES PROJETS EN DÉVELOPPEMENT

Au-delà de la collecte, la SORAC travaille actuellement sur plusieurs projets visant à bonifier son offre, à s'adapter aux réalités du terrain et à accompagner davantage les commerces alimentaires dans leur transition vers des pratiques plus durables.



TRAVAILLER À LA CHALEUR... ATTENTION!

QU'EST-CE QU'UN COUP DE CHALEUR?



Un coup de chaleur survient brusquement lorsque le corps ne réussit plus à se refroidir suffisamment par la perte de sueur.

La température corporelle normale, de **37 °C**, augmente et atteint plus de **40 °C**.

À MESURE QUE LE RISQUE AUGMENTE, VOUS DEVEZ :

- ajuster votre rythme de travail



- prendre des pauses, de préférence à l'ombre ou dans un endroit frais



QUELS SONT LES SIGNES ET LES SYMPTÔMES D'UN COUP DE CHALEUR?

PREMIER NIVEAU



- Étourdissements



- Vertiges



- Fatigue inhabituelle

PRINCIPALES MESURES DE PRÉVENTION

- Boire au minimum un verre d'eau toutes les **20 minutes***



- Porter des vêtements légers, de couleur claire et de préférence en coton pour favoriser l'évaporation de la sueur



- Se couvrir la tête pour travailler à l'extérieur



- Cesser immédiatement le travail en cas de symptômes



- Rapporter au secouriste et à votre superviseur tout comportement anormal d'un collègue



- Redoubler de prudence si vous prenez des médicaments, si vous avez des problèmes de santé ou si vous avez été malade récemment (ex. : diarrhée, fièvre, vomissements)



* La fréquence peut varier selon le type de tâches, la température ambiante et l'humidité.

DEUXIÈME NIVEAU



- Propos incohérents ou confusion



- Perte d'équilibre



- Perte de conscience

QUOI FAIRE EN CAS D'URGENCE MÉDICALE?

- 1 Alerter les premiers secours (secouristes en milieu de travail et service 911)



- 2 Transporter la personne à l'ombre ou dans un endroit frais et lui retirer ses vêtements



- 3 Asperger le corps de la personne d'eau et le maintenir humide



- 4 Faire le plus de ventilation possible



- 5 Donner de l'eau fraîche en petites quantités à la personne si elle est consciente et lucide





CONCOURS

LES ALIMENTS
DU QUÉBEC
dans mon panier!



11^e
10 ▶ 30
août



11^e édition du concours *Les aliments du Québec dans mon panier!*

Une tradition de fierté, de rayonnement local et d'initiatives inspirantes

Le concours *Les aliments du Québec dans mon panier!* en est à sa 11^e édition. Année après année, ce rendez-vous incontournable met en lumière des partenariats innovants entre détaillants et fournisseurs d'ici, qui unissent leurs forces pour faire briller les produits québécois dans nos commerces et auprès des consommateurs.

Formez le duo parfait

Vous êtes détaillant ou fournisseur? Formez le duo gagnant de cette 11^e édition en sélectionnant un produit vérifié par Aliments du Québec, en développant une mise en marché originale et en mettant en valeur votre collaboration pour faire rayonner le savoir-faire local.

Des prix qui font rayonner votre projet

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

- 7 000\$ en publicité dans la région du détaillant;
- Une capsule à *TVA en Mouvement*;
- Une vidéo professionnelle de deux minutes;
- Une parution sur le site de *La Presse*;
- Un trophée remis lors du Congrès annuel de l'ADA;
- Un kiosque pour les fournisseurs gagnants au 63^e tournoi de golf de l'ADA – une vitrine idéale pour tisser des liens et faire connaître vos produits à l'industrie.

Les catégories

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

Le vote du public revient pour une 7^e année. Les consommateurs pourront voter pour leur projet préféré – et courir la chance de remporter l'un des cinq prix de 1 000\$ de produits d'ici.

Dates à retenir

- **18 mai 2026:** Lancement du concours et début des inscriptions
- **10 au 30 août 2026:** Période du concours
- **31 août 2026:** Envoi du bilan des activités aux participants
- **6 septembre 2026:** Date limite pour remettre votre bilan complété
- **13 novembre 2026:** Soirée de remise des prix au Congrès de l'ADA

Mettez votre projet en valeur

Faites rayonner votre partenariat grâce à:

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

Points bonis

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

Prêt à participer à cette édition?

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

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

Consultez le site du concours pour plus d'informations



Guide complet du détaillant



Guide complet du fournisseur





QUAND LA BOUCHERIE DEVIENT UN PROJET DE VIE

Chez les Campbell, la boucherie fait partie du quotidien depuis toujours. Pour Martin, tout débute très jeune, à Saint-Sébastien, dans l'environnement de l'abattoir familial. Enfant, il observe, aide, apprend. Il grandit avec les gestes du métier, le respect de l'animal et l'importance de bien faire les choses. Pour lui, la viande a toujours été bien plus qu'un produit : c'est le résultat d'un travail, d'un savoir-faire et d'un engagement.

Son fils, Alexandre, suit le même chemin. Dès son jeune âge, il touche à toutes les facettes du métier : transport des animaux, élevage, transformation, découpe. Il comprend rapidement l'effort et le temps nécessaires pour amener un produit de qualité du champ jusqu'à l'assiette. Une réalité qui façonne sa vision du métier et son rapport au travail bien fait.



UN PROJET QUI NAÎT AU BON MOMENT

En 2020, alors que la pandémie ralentit partout les activités, la famille Campbell décide de créer plutôt que de freiner. Le besoin de continuer à se voir, de travailler ensemble et de donner un sens commun à leur expertise mène à la création d'ADN Pâturage. L'élevage redevient central, mais avec une approche réfléchie : animaux élevés à l'extérieur, bien-être, qualité des viandes et respect du rythme naturel.

Assez vite, une nouvelle question s'impose : comment transformer et mettre en valeur ces viandes sans en perdre l'essence ? La réponse prend forme à Bedford avec l'ouverture de Chez Campbell Services Alimentaires, une entreprise qui regroupe boucherie, charcuterie et prêt-à-manger. Le tout, dans la continuité de ce qui avait été amorcé avec ADN Pâturage.

APPRENDRE POUR ALLER PLUS LOIN

Même avec une solide expérience acquise en entreprise familiale, Alexandre ressent le besoin d'en apprendre davantage. Le programme de formation en boucherie de détail en alternance travail-études (ATE) vient répondre à ce besoin. Il lui permet d'approfondir ses connaissances tout en continuant à travailler et à subvenir aux besoins de sa famille.

Grâce à la formation et aux stages, il découvre d'autres réalités : la gestion des comptoirs, la présentation, le contact client, l'organisation du commerce de détail. La boucherie ne se limite plus à la coupe et à la transformation : elle devient aussi un lieu de conseils, d'échanges et de mise en valeur des produits. Cette expérience renforce sa confiance et l'aide à se projeter concrètement dans un rôle d'entrepreneur.

FORMER, TRANSMETTRE ET RESTER À L'ÉCOUTE

Pour Martin, l'enseignement fait partie intégrante de son parcours. Enseignant en boucherie de détail au Campus Brome-Missisquoi depuis 2014, il voit la formation comme un échange constant. Enseigner l'oblige à réfléchir à ses méthodes, à expliquer ses gestes et à rester à jour dans un métier qui continue d'évoluer.

En réalité, ADN Pâturage devient un lieu d'apprentissage pour les élèves. Sur le terrain, ils découvrent une autre façon de penser l'élevage et la transformation. Pour plusieurs, ces visites ouvrent de nouvelles perspectives et montrent que le métier offre bien plus d'options qu'ils l'imaginaient au départ.

Travailler en famille demande une bonne communication. Chez les Campbell, la relation père-fils repose sur des échanges francs et une confiance mutuelle. Les décisions se prennent ensemble, dans le respect de l'expérience de l'un et de la vision de l'autre. Ce dialogue constant devient un pilier, autant pour l'entreprise que pour la transmission du métier.



REDONNER TOUTE SA PLACE AU MÉTIER

Chez Campbell Services Alimentaires, la relation avec le client est essentielle. Les clients ne viennent pas simplement acheter une pièce de viande : ils recherchent des conseils, souhaitent en savoir plus sur cette dernière et la façon de la cuisiner. Informer, expliquer et être transparent font partie intégrante du travail.

Dans un contexte où les coûts augmentent et où les attentes évoluent, Martin et Alexandre ont fait le choix de travailler uniquement la carcasse entière. Un choix exigeant, mais cohérent avec leur vision du métier : valoriser chaque partie de l'animal et donner un sens au produit.

Le parcours de Martin et d'Alexandre Campbell illustre concrètement ce que le programme ATE boucherie de l'ADA rend possible. Apprendre en travaillant, gagner en assurance et ouvrir différentes portes dans le secteur, que ce soit en commerce de détail, en transformation ou en entrepreneuriat.

Leur histoire rappelle surtout une chose : la boucherie est un métier riche, concret et profondément humain. Pour celles et ceux qui souhaitent s'y engager, les possibilités sont bien réelles.

MISES À JOUR DES PROGRAMMES DE FORMATION

FORMER AUJOURD'HUI LA RELÈVE DE DEMAIN

Trouver et garder de la main-d'œuvre qualifiée demeure un défi bien réel pour les détaillants en alimentation. Sur le plancher comme en arrière-boutique, chaque employé formé fait une différence. C'est dans cet esprit que l'ADA poursuit, avec ses partenaires du milieu scolaire, l'évolution de ses programmes de formation : des parcours concrets, adaptés au terrain, qui visent à soutenir le recrutement et la rétention dans les magasins.

BOUCHERIE : UN PROGRAMME QUI RÉPOND PRÉSENT

La formation en boucherie continue de susciter beaucoup d'intérêt. Les inscriptions sont en hausse pour la formation amorcée en janvier 2026, maintenant offerte dans six écoles du Québec. Résultat attendu : plus de 170 nouveaux diplômés au printemps 2026, ce qui portera à 830 le nombre de bouchers et bouchères formés depuis la mise en place du programme.

Autre point positif : la flexibilité. Cinquante-cinq candidats suivent leur formation durant l'été, pour une fin prévue à l'automne. Les écoles ont ajusté leurs horaires afin de tenir compte de la réalité des candidats, qu'il s'agisse de travailleurs en emploi, de personnes en reconversion ou de nouveaux arrivants. Une façon concrète d'élargir le bassin de main-d'œuvre accessible aux marchands.

Déjà, les travaux sont en cours pour préparer la rentrée scolaire de septembre 2026, dans le but d'assurer une continuité dans l'offre de formation et de répondre à la demande sur le terrain.

BOULANGERIE : SOUTENIR UN MÉTIER EN PÉNURIE

En boulangerie, la formation demeure un levier essentiel dans un contexte de pénurie persistante. Vingt-cinq candidats devraient obtenir leur diplôme en mai 2026, un apport important pour les commerces qui peinent à recruter.

Les inscriptions sont à la hausse dans les deux écoles actuellement partenaires, et des démarches sont en cours auprès de trois autres établissements afin d'élargir l'accès à la formation. L'objectif est clair : former davantage de boulangers et boulangères, mieux préparés aux exigences du métier et aux réalités du commerce de détail.

COMMIS À L'ÉTALAGE ET AU SERVICE : UNE FORMATION TAILLÉE SUR MESURE

La formation de commis à l'étalage et au service prend forme à travers un projet pilote mené avec deux écoles, à Laval et à Québec. Développé conjointement par le CPMT, les établissements d'enseignement et l'ADA, ce programme a été conçu avec un souci très clair : répondre aux besoins concrets des marchands.

Les candidats y sont évalués sur leurs compétences et formés sur ce qui est réellement requis en magasin. Les contenus sont modulés selon la réalité du commerce, ce qui facilite ensuite l'intégration en emploi et réduit le temps d'adaptation.

Devant les résultats encourageants, une demande est en préparation auprès du CPMT afin d'étendre cette formation à neuf régions du Québec. Le déploiement est souhaité dès octobre 2026, ce qui permettrait à encore plus de marchands d'y avoir accès.

LA FORMATION COMME OUTIL CONCRET POUR L'AVENIR

Derrière chaque chiffre, il y a une réalité bien tangible : des employés mieux préparés, plus confiants et plus susceptibles de rester en poste. En misant sur des formations développées avec et pour le milieu, l'ADA continue d'outiller ses membres face aux défis de recrutement.

Former la relève, ce n'est pas qu'un investissement à long terme. C'est aussi une réponse immédiate aux besoins des détaillants.

UN
TOP

3

QUI ILLUSTRE
LA QUALITÉ
DE LA RELÈVE

1



2



3



Au terme d'une épreuve technique exigeante de deux heures évaluées par un jury d'experts, le duo formé d'**Olivier Cournoyer** et **Zachary Coulombe**, de l'École hôtelière de Lanaudière, a remporté le premier prix de la 4^e édition du concours du Meilleur élève boucherie de détail. Leur précision, leur créativité et leur maîtrise des techniques ont su retenir l'attention des juges.

La deuxième place a été décernée à Steve François Thonney et Nathan Bouchard du Centre de formation professionnelle de Jonquière. Enfin, Leslie Benoit-Robitaille et Stella Duchesneau-Couture, du Campus de Brome-Missisquoi, ont complété le podium en remportant la troisième position.



Québec



JOURNÉE
DE LA
BOUCHERIE



UNE JOURNÉE ENTIÈREMENT DÉDIÉE AU MÉTIER DE BOUCHER

La première édition de la Journée de la boucherie, tenue le 24 février à l'École hôtelière de Lanaudière, a rassemblé élèves, enseignants, détaillants et représentants de l'industrie autour d'un objectif commun : mettre en lumière la relève en boucherie et renforcer les liens entre formation professionnelle et commerce de détail. Organisé dans le cadre de la 4^e édition du concours Meilleur élève en boucherie de détail, l'événement a offert une journée complète de rencontres, de partage d'expertise et d'observation du savoir-faire des futurs professionnels.

L'École hôtelière de Lanaudière, qui accueillait cette première édition, s'est illustrée par une organisation exemplaire et un accueil chaleureux. Ses installations et son équipe ont largement contribué au succès de l'événement et à la qualité de l'expérience offerte aux participants.

UN JURY D'EXPÉRIENCE POUR ÉVALUER LA PRÉCISION ET LA CRÉATIVITÉ

L'évaluation de l'épreuve technique a été assurée par un jury composé de professionnels reconnus du secteur : Sylvie Bouffard (Boucheries Face de bœuf), Pascal Hudon (Boucherie Pascal le Boucher), Pierre-Paul Martin (retraité d'Olymel et consultant) et Jean-Philippe Morissette (Metro Beaumier). Une fois de plus, leur connaissance du métier a apporté une évaluation rigoureuse et attentive, à l'image du niveau présenté par les participantes et participants.





DES DUOS PROVENANT DE PARTOUT AU QUÉBEC

La participation de dix centres de formation montre à quel point la formation en boucherie est active et bien implantée à travers le Québec :



Centre de formation professionnelle 24-Juin :
Mélodie Gingras Lavoie et Simon Milhomme



Centre de formation professionnelle Bel-Avenir :
Hency Dubé et Nicolas Desmarais



Campus Brome-Missisquoi :
Leslie Benoit-Robitaille et Stella Duchesneau-Couture



Centre de formation professionnelle de Jonquière :
Steve François Thonney et Nathan Bouchard



École Hôtelière des Laurentides : Alexandre Vaubois et Lucas Patenaude



Centre de formation professionnelle de l'Envolée :
Mathis Cameron et Justin Asselin



Centre de formation professionnelle Innovation Outaouais : Jérémie Éthier et Mélodie Soucy-Limoges



École hôtelière de Lanaudière :
Olivier Courmoyer et Zachary Coulombe



École hôtelière de la Montérégie :
Stéphanie Bernard-Labrie et Jules Legault



École hôtelière de la Capitale :
Olivier Nadeau et Thomas Allen

Chaque duo a démontré un niveau de compétence et de professionnalisme qui témoigne du travail remarquable effectué dans les centres de formation professionnelle.

TROIS CONFÉRENCES POUR ÉCLAIRER LES RÉALITÉS DU SECTEUR

La journée a également été marquée par trois conférences offertes par des acteurs de la filière.



Sébastien Coutu, éleveur porcin et président du Syndicat des éleveurs de porcs de Lanaudière Outaouais Laurentides, a ouvert la programmation avec une présentation sur les chiffres clés du secteur porcin et la réalité du métier d'éleveur.



Moez Sellami, conseiller expert en transformation alimentaire au MAPAQ, a ensuite proposé un portrait structuré des abattoirs du Québec, des nouveautés réglementaires à venir et des tendances de consommation influençant les secteurs bovin, ovin et porcin.



Pierre-Alexandre Blouin, président-directeur général de l'ADA et Daniel Choquette, Directeur, Développement des compétences et promoteur du programme de boucherie, ont conclu avec une présentation du programme ATE Boucherie, mettant en lumière les avancées des dernières années et l'importance stratégique de ce parcours dans la formation de la relève.

UNE JOURNÉE TOURNÉE VERS L'AVENIR

Au-delà de la compétition, cette première édition de la Journée de la boucherie a permis aux détaillants, juges, enseignants et élèves d'échanger sur les enjeux actuels du marché, les besoins de l'industrie et les perspectives pour les années à venir.

Cette première édition pose les bases d'un rendez-vous annuel attendu, qui continuera de valoriser le métier de boucher, de soutenir la relève et d'accompagner le développement d'une filière en pleine transformation.

sommet de la prévention



Sommet de la prévention 2026 : mieux comprendre pour mieux se protéger

Face à la montée des fraudes, du vol et de la violence en magasin, les détaillants en alimentation doivent composer avec des réalités de plus en plus complexes. C'est précisément dans ce contexte que s'est tenue la troisième édition du Sommet de la prévention, un rendez-vous devenu incontournable pour outiller nos commerces et nourrir une réflexion collective sur la sécurité et la prévention des pertes.

Réunis à Drummondville, les participants ont pris part à une journée riche en contenu, mêlant analyses terrain, perspectives policières, enjeux technologiques et témoignages concrets. Au-delà des constats, le Sommet a surtout permis de dégager des pistes d'action réalistes et adaptées aux défis quotidiens des détaillants.

Fraude et vol en commerce de détail : des réalités bien concrètes

Pour ouvrir le Sommet, Marie-Soleil Dubeau et Serge Jobin de GardaWorld Sécurité ont rappelé une réalité souvent sous-estimée : une part importante des pertes en commerce de détail provient de l'interne. À partir de plusieurs enquêtes réelles, ils ont démontré comment des failles opérationnelles, combinées avec la routine et la confiance, peuvent mener à des fraudes importantes. Leur présentation a surtout mis l'accent sur l'importance de détecter rapidement les signaux faibles et de mettre en place des contrôles adaptés à la réalité de chaque commerce afin de limiter les pertes avant qu'elles ne s'accumulent.

Évolution de la criminalité économique : le regard de la Sûreté du Québec

Les sergentes coordonnatrices Corinne Gendron et Audrey Martin, du Service des enquêtes sur les crimes économiques de la Sûreté du Québec, ont ensuite invité les détaillants à mieux comprendre l'évolution de la criminalité économique et les tendances observées sur le terrain. Leur intervention a permis de mettre en perspective les stratagèmes auxquels les commerces sont confrontés et de rappeler l'importance d'un lien étroit entre les détaillants et les corps policiers. Un message clair s'est dégagé : la collaboration et le partage d'informations demeurent des leviers essentiels pour renforcer la prévention et améliorer la détection des fraudes.

Quand l'intelligence artificielle devient une arme à double tranchant

En après-midi, Monika Smaz, conseillère en renseignement stratégique, a transporté les participants dans l'univers des cybermenaces émergentes. Elle a expliqué comment l'intelligence artificielle permet aujourd'hui de produire des attaques plus crédibles, plus rapides et plus difficiles à détecter, notamment en matière d'hameçonnage. Son intervention a également mis en lumière un enjeu moins connu : les outils numériques et l'IA utilisés en interne peuvent eux-mêmes devenir des points de vulnérabilité s'ils ne sont pas bien encadrés, un risque désormais bien réel pour les commerces.





« Pour voir toutes
les photos de
l'événement



Fraudes vécues sur le terrain: quand la réalité s'impose

Le panel de l'après-midi a ramené la question de la fraude à une réalité très concrète. En ouverture, Christian Langlois, de la Banque Nationale, a brossé un portrait des stratagèmes les plus répandus, notamment l'hameçonnage et l'ingénierie sociale, en rappelant à quel point l'humain demeure au cœur des fraudes actuelles. Suzanne Charland, propriétaire du Dépanneur Caleb, a ensuite livré un témoignage marquant en présentant plusieurs fraudes vécues dans son commerce, appuyées par des images de vidéosurveillance parfois percutantes. Elle a expliqué les démarches entreprises après ces événements, tant avec les corps policiers qu'en interne, afin de revoir ses pratiques et de mobiliser ses employés autour de la prévention. Animé par Pierre-Alexandre Blouin, l'échange s'est conclu par une discussion sur les solutions mises en place après coup et sur l'importance d'agir rapidement pour limiter les impacts en magasin.

Criminalité au détail: comprendre, agir et collaborer

Pour clore le Sommet, Michel Rochette, président de la section Québec du Conseil canadien du commerce de détail, a brossé un portrait sans équivoque de la montée de la criminalité au détail et de ses impacts directs sur les commerces, particulièrement dans le secteur alimentaire. Il a rappelé que le vol, la fraude et la violence en magasin dépassent désormais la seule capacité d'action des détaillants et nécessitent une réponse structurée impliquant les gouvernements, les corps policiers et l'industrie. En s'appuyant sur des données pancanadiennes et des initiatives comme les blitz policiers et le partage d'informations, il a insisté sur un principe clé: face à un crime organisé, la réponse doit l'être tout autant.

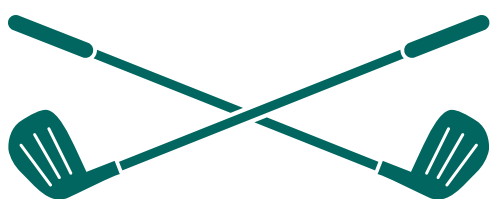
Un rendez-vous essentiel pour les détaillants

Au fil des conférences et des échanges, une constante s'est imposée: la prévention est désormais un enjeu stratégique pour les commerces de détail alimentaires. Le Sommet de la prévention joue ainsi un rôle clé en permettant aux détaillants de mieux comprendre les risques, d'apprendre des expériences vécues par leurs pairs et d'identifier des solutions applicables dans leur propre réalité.

Bien plus qu'un événement, le Sommet est devenu un espace d'échanges essentiel, où expertise et réalités du terrain se rencontrent pour aider les détaillants à mieux faire face à des enjeux en constante évolution.

62^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



UN 62^e TOURNOI QUI A FAIT RAYONNER L'INDUSTRIE

Le 25 mai dernier, l'ADA donnait rendez-vous aux acteurs de l'industrie de l'alimentation au Club de golf Elm Ridge, à L'Île-Bizard, pour la tenue de son 62^e tournoi de golf annuel. Près de 220 participants ont pris part à cette édition, qui a, une fois de plus, rassemblé détaillants, fournisseurs et partenaires autour d'une journée conviviale et bien ancrée dans le milieu.

Dès l'arrivée, les participants ont été accueillis dans une ambiance dynamique, amorçant cette journée attendue avec un brunch rassembleur avant de s'élancer sur le parcours. Fidèle à la tradition, la pluie était au rendez-vous... mais jamais pendant le tournoi : tombée en matinée, elle n'a pas freiné l'enthousiasme des participants, qui se sont présentés en grand nombre. Tout au long de la journée, les occasions de rencontres se sont multipliées, tant sur le vert qu'aux kiosques présents, favorisant des échanges spontanés et des discussions d'affaires.

La formule de jeu et l'organisation de la journée ont permis à chacun de profiter pleinement de l'expérience, que ce soit pour jouer, réseauter ou simplement prendre le temps de discuter entre collègues. La journée s'est conclue autour d'un cocktail, dans une atmosphère détendue, mettant la touche finale à ce rendez-vous toujours apprécié.

L'ADA tient à remercier chaleureusement tous les participants, ainsi que ses partenaires et commanditaires, dont l'implication contribue directement au succès du tournoi, année après année.

Retour en images sur cette 62^e édition, qui témoigne des bons moments partagés tout au long de la journée. Toute l'équipe de l'ADA vous donne déjà rendez-vous à l'an prochain.

COMMANDITAIRE PRINCIPAL



COMMANDITAIRES ASSOCIÉS



MERCI À NOS
PARTENAIRES



COMMANDITAIRES OR



COMMANDITAIRES ARGENT





SIAL Canada 2026 : Une 23^e édition couronnée de succès en sol québécois

Une mobilisation exceptionnelle des acteurs du secteur agroalimentaire canadiens et internationaux qui conforte le SIAL comme salon leader en Amérique du Nord

Montréal, le 7 mai 2026 – [SIAL Canada](#), le plus important salon professionnel dédié à l'industrie agroalimentaire en Amérique du Nord, prenait place du 29 avril au 1^{er} mai 2026 au Palais des congrès de Montréal. Il a rassemblé plus de **850 exposants et 26 000 professionnels pour la plus grande édition jamais réalisée à Montréal**. Cette édition 2026 s'est distinguée par la qualité des rencontres d'affaires qu'elle a suscitées et par la mise en avant des innovations qui transforment actuellement l'industrie alimentaire d'ici et d'ailleurs.

Plus de **90 pays** étaient représentés parmi les visiteurs, et plus de **55** parmi les exposants. Le salon enregistre une **présence record d'exposants canadiens**, ainsi qu'une forte mobilisation internationale, marquée par le retour de plusieurs pays (**Corée du Sud, Espagne, Philippines**) et par la participation massive de délégations telles que **l'Italie, les États-Unis, la Grèce, la Turquie, la Pologne ou encore l'Indonésie**. Plus d'une trentaine de partenaires ont soutenu l'événement, contribuant grandement à la vitalité de cette édition.



Crédit photo : Bénédicte Brocard

« Cette édition record à Montréal, avec plus de 105 000 pi² de surface d'exposition, souligne la résilience du secteur agroalimentaire canadien et l'attrait de ce marché pour les manufacturiers du monde entier. Acheteurs et exposants se rejoignent dans la volonté de diversifier leurs portefeuilles de clients et de fournisseurs, pour aller conquérir de nouveaux marchés, au Canada comme à l'international. Alors que le nombre de pays représentés a augmenté cette année, il faut souligner le dynamisme des manufacturiers canadiens, en progression de 30 % par rapport à l'année dernière », explique Stéphane Thuillier, directeur général de SIAL Canada.

Des rendez-vous mondiaux à ne pas manquer

Le salon sera de retour en sol canadien **du 27 au 29 avril 2027 au Enercare Center de Toronto**. Cette année, le SIAL se tiendra également **du 17 au 21 octobre à Paris**. **D'autres salons se dérouleront à Ho Chi Minh City, Shanghai, Guangzhou, Kuala Lumpur, Jakarta et Mumbai**, offrant à des publics internationaux l'occasion de découvrir des saveurs et des innovations provenant de dizaines de pays, et aux manufacturiers canadiens de nouveaux débouchés. **Le salon sera de retour au Palais des Congrès de Montréal du 19 au 21 avril 2028.**

SIAL

INSPIRER L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Canada

TORONTO
2027
ENERCARE CENTRE
27-29 AVRIL

LE SALON PROFESSIONNEL INCONTOURNABLE EN AMÉRIQUE DU NORD DÉDIÉ À L'AGROALIMENTAIRE

+800

EXPOSANTS & MARQUES

55

PAYS REPRÉSENTÉS

23 000

PROFESSIONNELS

85%

DE DÉCIDEURS

3 RAISONS D'EXPOSER

1 DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ
À L'INTERNATIONAL

2 RENCONTREZ DES TOP
ACHETEURS QUALIFIÉS

3 PRENEZ UNE LONGUEUR
D'AVANCE SUR L'INNOVATION



**TARIFS PRÉFÉRENTIELS
JUSQU'AU 30 OCTOBRE**

**VOUS SOUHAITEZ EXPOSER ?
SOUMETTEZ VOTRE DEMANDE**



LE COFFRET GRH DU CSMOCA : **BONIFIÉ POUR MIEUX VOUS OUTILLER**

Au CSMOCA, nous savons que la réalité des gestionnaires du commerce de l'alimentation est exigeante : horaires à ajuster, imprévus sur le plancher, roulement de personnel, enjeux de recrutement... Dans ce contexte, chaque outil doit être simple, rapide et réellement utile.

C'est précisément dans cet esprit que nous avons amélioré notre coffret de gestion des ressources humaines : une solution complète, concrète et accessible pour vous accompagner à chaque étape de la gestion de vos équipes.

Pensé spécifiquement pour votre secteur, ce coffret regroupe une panoplie d'outils pratiques couvrant l'ensemble du cycle de vie de l'employé : du recrutement à la rétention, en passant par l'intégration, la performance et la mobilisation. Une approche structurée qui vous permet de gagner en efficacité, tout en améliorant l'expérience employé et la qualité du service.

DES OUTILS MODERNES, SIMPLES ET DIRECTEMENT APPLICABLES

Nous avons entièrement revu et optimisé nos outils pour qu'ils répondent à vos réalités quotidiennes :

Mise en page claire et professionnelle

Formats PDF modifiables, faciles à utiliser

Téléchargement rapide, utilisation immédiate

Documents adaptables à votre entreprise

Résultat : moins de temps perdu, plus de cohérence dans vos pratiques et une gestion RH plus structurée, sans complexité inutile.

UN CONTENU COMPLET, STRUCTURÉ ET PRÊT À L'EMPLOI

Le coffret comprend plus de 50 outils concrets, répartis en thématiques clés :

Recrutement : **21 outils**

Accueil et intégration : **4 outils**

Rétention : **2 outils**

Gestion de la performance : **5 outils**

Relations interpersonnelles : **8 outils**

Politiques d'entreprise : **5 outils**

Culture d'entreprise : **14 outils**

Que vous souhaitiez structurer vos pratiques, gagner du temps ou optimiser votre gestion, le coffret GRH du CSMOCA vous offre une solution clé en main, accessible et adaptée à votre réalité. **Parce que bien gérer vos ressources humaines, c'est aussi mieux performer!**



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





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

APPRENEZ-EN DAVANTAGE SUR LE CSMOCA

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) 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 épicerie, les magasins spécialisés, les dépanneurs 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

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



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

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE



LES FORGET À L'HONNEUR AU CONGRÈS PETRO-CANADA

La famille Forget s'est distinguée en remportant le prix Associé de l'année 2025 du Québec pour sa succursale de Pointe-aux-Trembles, lors du congrès Petro-Canada tenu à Whistler en mai dernier. Avec une moyenne globale de 90% des évaluations de client mystère, une croissance de 8% du volume des ventes d'essence, des résultats de 91% aux évaluations de sécurité et 85% aux revues de site, cette distinction reconnaissant la performance globale de la succursale, notamment en matière d'exploitation, d'expérience client et de gestion au sein du réseau est bien méritée.

Message de l'administration: Un tel résultat ne peut s'obtenir seul. Nous tenons à souligner et remercier chaudement les efforts conjoints d'Alexanne Martin (gérante) et Jessica Bolduc-Plouffe (coordonnatrice) ainsi que toute l'équipe de la succursale de Pointe-aux-Trembles. En équipe, on peut soulever des montagnes et ce prix en est la preuve.



DOMINIQUE BOHEC HONORÉ POUR SON LEADERSHIP DANS L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

Dominic Bohec, président de Boulangerie Humanité, s'est vu décerner la distinction Personnalité du monde alimentaire 2026 au congrès du Conseil de la transformation alimentaire du Québec (CTAQ). Cette distinction souligne plus de 30 ans d'engagement au sein de l'industrie bioalimentaire québécoise et un parcours marqué par la croissance, l'innovation et le développement de marchés, ici comme à l'international. Sous sa direction, Boulangerie Humanité s'est structurée autour de solutions destinées tant au détail qu'à la restauration et aux marques privées. Une reconnaissance qui met en lumière l'importance du leadership entrepreneurial pour faire évoluer l'offre alimentaire québécoise.

Source : <https://conseiltaq.com/publications/dominique-bohec-nomme-personnalite-du-monde-alimentaire-2026>

ALIMENTS DU QUÉBEC RENFORCE LA CRÉDIBILITÉ DE SES MARQUES



Le processus de vérification d'Aliments du Québec a officiellement obtenu la certification ISO 9001:2015, une reconnaissance internationale qui confirme la rigueur, la fiabilité et la transparence de ses pratiques. Cette certification encadre l'octroi et la protection des marques Aliments du Québec et Aliments préparés au Québec, devenues des repères clés pour les consommateurs. Pour les détaillants et les entreprises certifiées, il s'agit d'un gage de confiance supplémentaire quant à la provenance des aliments et à la solidité des processus de vérification, uniques au Canada.

Source : <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/le-processus-de-verification-d-aliments-du-quebec-obtient-la-certification-iso-9001-2015-881271147.html>

DES DÉTAILLANTS INDÉPENDANTS AU CŒUR DE LA GOUVERNANCE DU CODE DE CONDUITE



Trois épiceries indépendantes font leur entrée au conseil d'administration du Bureau du Code de conduite pour les produits d'épicerie au Canada. Il s'agit de Giancarlo Trimarchi (Vince's Market, Ontario) et John Pritchett (Powell's Supermarket). Leur nomination renforce la présence des détaillants indépendants dans les discussions entourant l'application du Code et les pratiques commerciales au sein du secteur. Notons aussi la nomination de Pierre Morin (Boulangerie Humanité) qui saura porter la voix des fabricants québécois au sein du conseil d'administration.

Source : <https://canadacode.org/fr/a-propos/#notre-equipe>

EMPIRE MET LA MAIN SUR MAYRAND ET ÉLARGIT SON CHAMP D'ACTION AU QUÉBEC



Le groupe Empire, qui détient entre autres les magasins IGA, a conclu une entente pour acquérir le détaillant québécois Mayrand, spécialisé dans l'alimentation à prix compétitifs et en format entrepôt. Cette transaction permet à Empire de faire une entrée stratégique dans le segment des épiceries à bas prix au Québec, un créneau jusqu'ici dominé par Maxi et Super C. Les quatre magasins Mayrand de la grande région de Montréal continueront d'opérer sous leur bannière actuelle, Empire souhaitant préserver le positionnement distinctif de la marque et assurer la continuité pour les employés, les fournisseurs et la clientèle.

Source : <https://www.lapresse.ca/affaires/entreprises/2026-04-09/alimentation/mayrand-achete-par-le-groupe-empire-qui-possede-aussi-iga.php?sharing=true>



FAMILLE DAIGLE : UN HÉRITAGE CÉLÉBRÉ CHEZ IGA

Le 17 mars dernier, Luc et Robert Daigle ont été intronisés au Temple de la renommée IGA, une reconnaissance qui souligne leur engagement, leur leadership et leur contribution marquante à l'évolution de l'entreprise familiale. Cet hommage, rendu à l'occasion de l'anniversaire de naissance de monsieur Jacques Daigle, fondateur visionnaire, témoigne de la solidité du chemin tracé par la famille Daigle au fil des générations. Deux grands bâtisseurs s'ajoutent ainsi à l'histoire d'IGA, incarnant des valeurs de rassemblement, de travail et de pérennité chères à l'industrie.



TRANSITION À LA TÊTE DE METRO : MARC GIROUX PRENDRA LA RELÈVE

Après plus de trois décennies au sein de l'entreprise, dont près de 20 à titre de président et chef de la direction, Éric La Flèche quittera ses fonctions à la fin de l'exercice 2026. Il passera ensuite le flambeau à Marc Giroux, actuel chef de l'exploitation, qui prendra officiellement la tête de Metro le 27 septembre 2026.

Cette transition planifiée s'appuie sur un parcours solide : Marc Giroux supervise déjà les opérations alimentaires au Québec et en Ontario ainsi que des fonctions clés comme la chaîne d'approvisionnement, le marketing et le numérique. Elle vise à assurer la continuité des orientations stratégiques de Metro, dans un contexte où l'efficacité opérationnelle et l'expérience client demeurent au cœur des priorités du secteur.

BALADO | PORTRAIT DE DÉTAILLANT



MARTIN ET ALEXANDRE CAMPBELL

Dans ce nouvel épisode d'un Portrait de détaillant, partez à la rencontre de Martin et Alexandre Campbell, père et fils, bouchers de métier et entrepreneurs derrière Chez Campbell Services Alimentaires et ADN Pâturage.

Ils y racontent leur parcours, leur façon de travailler ensemble et la réalité du métier de boucher aujourd'hui. Une discussion ancrée dans le terrain, marquée par l'apprentissage, la transmission et la passion du travail bien fait.

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



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



Suivez-nous sur :



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

ACTUALITÉ



PLUS QU'UN KIOSQUE, UNE SIGNATURE RÉGIONALE QUI S'IMPOSE

Et si la clé pour se démarquer sur les marchés passait par une présence unifiée? C'est le pari qu'a pris la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean avec le déploiement de son pavillon Zone boréale à l'échelle du Québec, une initiative qui s'inscrit dans la continuité des actions de la Table visant à soutenir les entreprises régionales dans leur accès aux marchés extrarégionaux.

Dans un contexte où les salons spécialisés sont à la fois vitrines commerciales et lieux de rencontre stratégiques, le pavillon se distingue par une approche concertée : regrouper des entreprises sous une identité forte, visible et assumée. Résultat : un espace qui attire l'attention, facilite les échanges et donne du poids à l'offre régionale dès le premier regard.

La première sortie extrarégionale n'est pas passée inaperçue. Présent à Expo Manger Santé et Vivre Vert (Montréal et Québec) ainsi qu'au SIAL Montréal, le pavillon a permis à cinq entreprises (Makabon, Miels du Lac, Lanvert / Oh M'ail M'ail, Lactolac et La Patate Lac-Saint-Jean) de se positionner dans des environnements à fort achalandage, où se croisent consommateurs curieux et acheteurs en quête de nouveautés.

Au-delà du simple espace physique, l'initiative repose sur un accompagnement structuré en représentation et en mise en marché. Il s'agit d'un élément déterminant pour aider les entreprises à tirer pleinement profit de ces contextes exigeants, où chaque interaction compte.

Mais surtout, le pavillon agit comme un véritable porte-voix de l'identité alimentaire régionale. En mettant de l'avant des produits ancrés dans leur territoire, il raconte une histoire cohérente, distinctive et rassembleuse. Une approche qui résonne particulièrement dans un marché où l'authenticité et la provenance prennent de plus en plus de place dans les décisions d'achat.

Pour les tables agroalimentaires et les organisations de développement, ce type de modèle ouvre des perspectives intéressantes. Mutualiser les ressources, renforcer l'impact collectif et créer une signature territoriale forte : autant de leviers qui permettent de passer d'une présence individuelle à une véritable stratégie de rayonnement. La présence du pavillon dans trois salons majeurs a permis d'accroître la visibilité des entreprises et de la marque Zone boréale. Elle a généré des rencontres stratégiques avec des acheteurs, ouvert des opportunités d'affaires et renforcé la perception du Saguenay-Lac-Saint-Jean comme un territoire bioalimentaire distinctif et attractif.

RETOUR SUR LE PREMIER SALON D'ACHETEURS GOÛTEZ-Y!

La toute première édition du Salon d'acheteurs Goûtez-y!, tenue en janvier dernier, a été un véritable succès. L'événement a rassemblé une diversité d'entreprises agroalimentaires régionales ainsi que des acheteurs, entre autres des détaillants, désireux de découvrir des nouveautés.

Cet espace d'échanges a favorisé des discussions d'affaires dynamiques, menant à de nombreuses opportunités concrètes tant pour les exposants que pour les



acheteurs. Ces derniers ont pu déguster une variété de produits locaux, échanger directement avec les entrepreneurs et mieux comprendre leur démarche, leurs capacités de production et leurs valeurs en plus d'assister à des ateliers.

Par son format convivial et l'intérêt qu'il a suscité, ce nouveau rendez-vous s'impose déjà comme

un événement stratégique pour appuyer la mise en marché des entreprises du Centre-du-Québec. Goûtez-y! continue d'assurer son rôle auprès de l'écosystème, soit de créer des liens durables entre les entreprises agroalimentaires et les acheteurs engagés dans la valorisation des produits régionaux.

LES TCBO



RÉPERTOIRE GOÛTEZ-Y! : UNE NAVIGATION AMÉLIORÉE

Le répertoire Goûtez-y! a récemment été modernisé afin de faciliter l'accès aux produits agroalimentaires du Centre-du-Québec. Grâce à une interface améliorée et à une structure repensée, la navigation est plus intuitive et permet de repérer rapidement les produits et les entreprises. Les filtres de recherche, entièrement revus, offrent maintenant un tri par catégorie, méthode d'approvisionnement ou MRC, pour trouver en quelques clics des produits et où se les procurer.

Cette mise à jour permet également de mettre en valeur les détaillants qui offrent fièrement des produits régionaux dans leurs commerces. Les détaillants sont maintenant facilement identifiables comme des «ambassadeurs Goûtez-y!», renforçant ainsi leur visibilité et leur rôle de premier plan dans la promotion des produits centricois.

Les membres bénéficient aussi d'une géolocalisation sur une carte interactive, rendant leur offre plus accessible aux consommateurs, aux acheteurs et aux partenaires.

Bien plus qu'un répertoire de l'offre alimentaire régionale, Goûtez-y! soutient la mise en marché locale, stimule les collaborations et fait rayonner l'offre alimentaire du Centre-du-Québec en accompagnant ses membres à travers ses projets. Il joue un rôle clé dans la dynamisation du milieu agro-alimentaire et dans le rayonnement des entreprises locales.



GRANDE ANNONCE CHEZ



arneg

Le CO2 repensé pour une performance durable

Une approche innovante qui optimise l'efficacité, la fiabilité et la durabilité de vos systèmes de réfrigération.



Un projet en tête ?

Notre équipe est prête à vous accompagner, de la réflexion à la réalisation.

Contactez-nous.



18 rue Richelieu
Lacolle (Québec) Canada
J0J 1J0



arneg

