RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Printemps 2022

Ukraine:

Vers une crise alimentaire ?

P. 18

DOSSIER

Modernisation de la consigne

P. 10

58E TOURNOI DE Ggolf DE L'ADA

Un rendez-vous le 30 mai prochain

P. 22

LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!

Concours de retour pour une 7e édition!

P. 29

RADAR ▸ 2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900, Montréal (Québec) H2K 1C3 ▸ Envoi de poste publication 40013299

ADAQ.QC.CA

POINT DE VUE

APRÈS LA TEMPÊTE, UN PEU DE NORMALITÉ ?

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

Après un début d'année fort en rebondissements, nous voilà confrontés à une ère inflationniste d'une forte intensité. Il faut remonter aux années 1970 pour nous rappeler les conséquences reliées à une situation similaire. Les problèmes d'approvisionnement, le manque de main-d'œuvre, la recrudescence du vol à l'étalage, et j'en passe, font maintenant partie de nos défis quotidiens. Cela nous pousse à redoubler d'efforts dans un marché aussi concurrentiel que le nôtre.

Cette nouvelle hausse importante est en partie attribuable au conflit entre la Russie et l'Ukraine, une situation à laquelle nous ne pouvons rester insensibles. Cette situation aura des impacts importants qui pourraient mener à une rareté de certaines matières premières, dont le blé, ayant pour conséquences d'augmenter la pression, déjà considérable, sur les manufacturiers. N'oublions pas, de plus, la hausse du prix du baril de pétrole, qui affecte également les prix des aliments pour nous et, inévitablement, le consommateur.

Après deux ans de pandémie, le Québec retrouve enfin une vie plus normale. Nous pourrons ainsi recommencer à réaliser certains plans personnels que nous avions mis de côté, prévoir des voyages et revoir certaines personnes que nous n'avons pu voir souvent depuis mars 2020.

Par contre, le virus est toujours présent et il est là pour rester. Nous devons nous familiariser avec la présence de la COVID-19 et de ses variants, ou, comme dirait le gouvernement : « *apprendre à vivre avec le virus* ». Dans cette réalité post-COVID (on le souhaite), nous devons adapter nos opérations et revoir nos différents concepts et services en magasins.

Je tiens également à souligner votre travail et votre détermination au cours des deux dernières années. Cette pandémie est historique. Soyez assurés de notre soutien et de notre détermination à servir vos intérêts afin de perpétuer la présence des épiciers propriétaires au Québec.

En terminant, sur une note de normalité, j'ai bien hâte de vous voir à notre tournoi de golf annuel, le 30 mai prochain. Une belle façon de lancer la saison estivale. C'est aussi le moment de réfléchir aux partenaires d'ici que vous souhaitez faire rayonner à la fin de l'été dans le cadre de notre concours de marchandisage *Les Aliments du Québec dans mon panier!*. Tous ensemble, mettons-en plein la vue et, surtout, plein la bouche aux Québécois, comme nous savons le faire. À très bientôt.

RÉUSSIR LA MODERNISATION DE LA CONSIGNE

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

L'élargissement de la consigne est un chantier important, un chantier où il ne faut pas échouer. Vous êtes nombreux à avoir pris le bâton du pèlerin pour sensibiliser vos élus à la réalité d'une volumétrie et d'une variété de matières qui nous obligent à tourner le dos aux trop nombreuses opérations manuelles actuelles et à envisager une réelle modernisation.

Malheureusement, le projet de règlement dans sa forme actuelle s'accroche obstinément au présent modèle québécois de retour chez les détaillants, contrairement aux autres provinces canadiennes, où cette option est écartée au profit de sites dédiés plus efficaces. Il ne vise pas d'abord à améliorer l'expérience client et l'efficacité environnementale et financière du système. Il dicte, plutôt, par crainte de ne pas avoir suffisamment d'exploitants partout sur le territoire.

Le règlement prévoit la possibilité pour les détaillants de se regrouper, sans retirer l'obligation de reprise. Il n'en reste pas moins que les détaillants ont une obligation de résultat, sans garantie de possibilité de regroupement ou de moyens. Les moyens, on ne sait pas lesquels, viendront de l'organisme de gestion désigné (producteurs) avec lequel vous devrez négocier dans des délais trop courts. Puis, vous aurez à aménager des sites dans un délai impossible.

Malgré l'incapacité physique évidente dans leur commerce pour recevoir et entreposer les contenants, face au manque d'espace pour aménager une alternative sur leur terrain ou encore l'impossibilité de financer des infrastructures modernes, nous craignons que des détaillants alimentaires n'aient d'autre choix que de récupérer avec les moyens du bord. Nous ne comprenons pas pourquoi un règlement sur la modernisation de la consigne permettrait ce genre de pratiques dépassées.

Dans nos plus récents échanges avec le ministre Charette, on invite nos membres à prendre les devants et à planifier l'implantation du retour des contenants pour respecter les échéances serrées. Même pour les détaillants qui pourraient souhaiter opérer un lieu de retour, il manque pourtant une foule de paramètres essentiels au développement d'un plan d'affaires viable. Pas évident de voir du positif pour un détaillant qui lit que tous les paramètres essentiels sont absents du règlement qui les oblige à opérer ledit système.

En analogie commerciale, on peut dire que le gouvernement a trouvé ses exploitants de franchises, mais ces derniers ne connaissent pas la recette qu'ils doivent opérer. Ils ne savent pas non plus le volume qu'ils devront gérer, les aménagements nécessaires ou la fréquence de récupération. Ils n'ont aucune information financière et ont moins d'un an avant le début des opérations. Franchement, investiriez-vous dans une telle franchise?

Pour réussir la modernisation de la consigne, nous sommes convaincus qu'il faut des modèles d'affaires durables, implantés principalement dans les zones commerciales en fonction de la modélisation du plan d'implantation que nous avons proposé avec d'autres groupes. Détaillants, OBNL, écocentres ou autres organismes devraient pouvoir participer volontairement à l'opération de ce système.

Bref, un projet de règlement qui peut être amélioré pour les 30 prochaines années, pas les 30 dernières!

Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

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

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

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Myriam Gendron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général
Nah Keita
Technicienne comptable
Stéphane Lacasse
Directeur, Affaires publiques et gouvernementales
David Beaulieu
Agent des communications
Patrick Legault
Adjoint administratif et service aux membres
Stéfany Archambault
Chargée de projets, partenariats et événements
Daniel Choquette
Directeur, Développement des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président
Guillaume Laroche
Trésorier
Bruno Desrochers
Vice-président
Éric Courtemanche Baril
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Christine Barcelo
Marc Bougie
Suzanne Charland
Marcel Clermont
Marie-Josée Drouin
André Forget
Jasen Gaouette
Franck Hénot
Annie Paquette
Patrick Pinard
Roger Raad
Simon Veilleux

DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFIG

Dominic Arsenault

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Mario Laplante
Président
Guy Auger
Trésorier
David Plante-Riou
Vice-président
Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Hedia Bahri
Alain Bertrand
Charles Brunelle
Antoine Chatel
Tony Fournier
Patrick Nadeau

CHOIX ENVIRONNEMENTAL · ENVIRONMENTAL CHOICE

FSC www.fsc.org MIXTE Papier issu de sources responsables

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS 4

PORTRAIT DE DÉTAILLANTE 5

ÉVÉNEMENTS À VENIR ET NOUVEAUTÉ 7

MODERNISATION DE LA CONSIGNE 10

SUIVI DE DOSSIERS

ÉCONOMIE

Budget provincial 2022-2023 : un budget prudent et conservateur 14

Frais transactionnels 15

POLITIQUE

La CAQ remporte l'élection partielle à Longueuil 16

AGROALIMENTAIRE

Politique bioalimentaire 16

Mise à jour sur le Code de pratiques de l'industrie de l'épicerie 16

Dégustation en magasin : l'inaction du gouvernement caquiste 17

À LA MÉMOIRE DE 17

GUERRE EN UKRAINE : VERS UNE CRISE ALIMENTAIRE? 18

FORMATION EN LIGNE : COMMIS À LA BOUCHERIE 20

INSCRIPTION 58E TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 22

ATE+ BOUCHERIE 25

CONCOURS *LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!* 29

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 32

ACTUALITÉS DES TCBQ 34

SMF SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

LES BEAUX JOURS SONT À NOS PORTES

Mario Laplante
Président SMF

Chers membres fournisseurs,

D'ici quelques semaines, nous reviendrons à un semblant de normalité avec le retrait total des mesures sanitaires mises en place ces deux dernières années. Enfin! N'en demeure pas moins que nous devons demeurer sur nos gardes et rester vigilants. Nous faisons encore face aux mêmes enjeux que les derniers mois dans la majorité de nos sphères d'activité et nous, fournisseurs, devons assurer une proactivité dans nos gestions de nos opérations quotidiennes.

Le conseil d'administration des membres fournisseurs a repris le boulot et nous sommes déterminés à remettre notre mission à l'avant-plan. Notre équipe planche déjà sur un événement de réseautage qui aura lieu vers l'automne 2022. Également, je rappelle que nous avonsnotreparutiontrimestriellenommée: *Radar Express: Nouveautés fournisseurs*. Cette publication permet de parler de votre entreprise, de vos activités ou de vos produits.

En terminant, je souhaite la bienvenue à Charles Brunelle, de La Petite Bretonne, au conseil d'administration des membres fournisseurs.

Bon été et demeurez vigilants!

Charles Brunelle
La Petite Bretonne

PORTRAIT DE DÉTAILLANTE

L'ALIMENTATION COMME POINT D'ANCRAGE

Fille de détaillant, Séléna Baril dit souvent être née entre deux cannes de bines. Dans la famille Baril, le commerce de détail alimentaire remonte au grand-père de Séléna, qui était propriétaire d'une petite épicerie de village. Ensuite, depuis l'âge de 20 ans, son père, Claude Baril, a toujours possédé des magasins. Ses deux oncles possédaient également des épiceries.

Dans son enfance, elle allait donner un petit coup de main au magasin l'été. C'est à 13 ans qu'elle a officiellement commencé à travailler au magasin de son père à Saint-Tite. « *C'était la première année où on pouvait commencer à ouvrir les dimanches* », se souvient-elle. Comme bonne fille d'épicier, elle a commencé comme commis avant de prendre de l'expérience dans tous les départements du magasin. Après avoir travaillé les soirs et les fins de semaine lors de ses études secondaires, Séléna quitte la Mauricie afin de poursuivre ses études collégiales à Matane en tourisme.

Une fois ses études complétées, elle a travaillé quelque temps dans le domaine touristique, mais s'est rendu compte que ce n'était pas tout à fait ce qu'elle voulait faire. Ne sachant pas quelle était la prochaine étape, elle retourne pendant un an au magasin de Saint-Tite à titre de cheffe caissière.

Elle quittera de nouveau la Mauricie afin d'aller poursuivre ses études universitaires à l'UQAM dans le cadre d'un baccalauréat en administration hôtellerie. Pendant son parcours de quatre ans à l'université, Séléna a travaillé dans l'hôtellerie avant d'obtenir un emploi au Ritz-Carlton comme directrice adjointe de la réception.

L'année suivante, Claude Baril achète le magasin de Shawinigan. C'était une opportunité pour Séléna de revenir au sein de l'entreprise familiale. « *C'était important pour moi d'aller prendre de l'expérience ailleurs aussi,* affirme-t-elle. *Toute l'expérience que je suis allée chercher en gestion dans d'autres domaines avec différents patrons* [m'a aidée]. » L'ouverture de ce nouveau commerce était une chance de démarrer cette aventure avec une nouvelle équipe.

VERS UN TRANSFERT D'ENTREPRISE

Lors de sa première année au IGA Baril de Shawinigan, Séléna était en charge seulement des ressources humaines. « *Comme c'était une nouvelle entreprise, il fallait tout mettre en place »,* explique-t-elle. Elle était là pour appuyer et aider cette nouvelle équipe et non pour les gérer, ce qui a facilité son intégration.

Graduellement, Séléna a pris de plus en plus de place et de responsabilités au sein de l'entreprise. Ils ont amorcé le processus de relève sur une dizaine d'années, avant que celle-ci rachète officiellement le commerce de son père en 2020, juste avant le déclenchement de la pandémie de COVID-19.

Toutefois, le processus de transfert d'entreprise devait avoir lieu deux années plus tôt. « *On avait un plan vraiment bien fait avec des dates. On avait monté quelqu'un dans l'entreprise dans le bureau pour venir m'appuyer comme directeur,* explique-t-elle. *Tout le plan de match était en place,* [mais] *malheureusement cette personne est décédée.* » *[Voir encadré]*

Sous le choc par ce départ soudain, ce fut une dure épreuve à traverser pour l'équipe et la famille Baril. Il faudra un an avant que les démarches pour former une nouvelle personne reprennent, permettant à l'équipe de faire son deuil. Pendant cette épreuve, Claude Baril est revenu dans l'entreprise afin d'aider sa fille à faire face à cette épreuve et à remettre un plan en place.

L'EXPERTISE DES RESSOURCES HUMAINES

Que ce soit lors de son passage dans l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie ou à différents niveaux au sein du commerce d'alimentation, Séléna Baril a toujours aimé travailler dans le service à la clientèle. « *Avec les années à gérer des conventions collectives* [en hôtellerie]*, en gérant des équipes de travail, j'en suis venue à vraiment aimer les ressources humaines,* affirme-t-elle. *C'est vraiment mon dada.*»

Lors de son entrée en poste au IGA de Shawinigan, c'était pile dans son champ d'expertise. Encore aujourd'hui, les ressources humaines sont toujours son cheval de bataille. « *J'ai essayé d'embaucher des gens pour déléguer les ressources humaines pour m'occuper plus des opérations, mais il a fallu que je me rende à l'évidence que c'était moi qui devais m'en occuper* », explique Séléna. Selon elle, c'est ce qui donne la couleur à son entreprise.

Afin d'obtenir de l'aide et de pouvoir consacrer plus de temps sur les ressources humaines, en plus de l'administration et les projets, elle a engagé des gens pour s'occuper des opérations.

LA COVID-19 POUR VALORISER LE MÉTIER D'ÉPICIER ?

Depuis deux ans, la perception des gens à propos de leur marchand a changé. Alors que les emplois de commis, de caissières et d'emballeurs ne sont pas souvent mis de l'avant, ceux-ci ont été qualifiés de héros au sein de la population, en continuant de travailler dans les moments incertains afin de continuer de nourrir les Québécois.

De plus, avec la pénurie de main-d'œuvre, il est important de valoriser les différents types d'emplois. « *Souvent, des tâches comme vider les poubelles c'est plate et c'est dont bien pas important vider les poubelles. Par contre, les gens ne se rendent pas compte comment c'est important ces tâches-là* », raconte Séléna. Elle poursuit en expliquant l'importance de valoriser ces métiers, car si personne ne les fait, les tâches anodines ne seront pas faites et les commerces seront tous bordéliques.

Lorsque l'on revient à la base, les employés des commerces d'alimentation permettent à la population de se nourrir. Parfois le sourire de la caissière va changer la journée d'un client ou la visite à l'épicerie peut être la seule sortie sociale d'une personne âgée. Selon Séléna, même s'il reste du travail à faire, la pandémie aura au moins mis la lumière sur ce qu'est le métier d'épicier.

27 novembre 2018

Rénald Dupont, directeur au IGA de Shawinigan, et sa conjointe, Linda Déziel, sont décédés à la suite d'une intoxication accidentelle au monoxyde de carbone le 27 novembre 2018. Privés d'électricité pendant une tempête, une génératrice était en marche dans le garage du couple lors de l'événement.

Bien connus et appréciés dans la région, ils ont laissé de nombreux proches, collègues et amis dans le deuil.

Association des détaillants en alimentation du Québec

HED | Courtier en assurance

Un programme d'assurance conçu pour votre industrie

Notre programme d'assurance vous offre un service complet de gestion d'assurance ! Notre expertise se démarque particulièrement dans l'industrie des marchés d'alimentation. Depuis 30 ans, plus de 550 marchands nous confient l'assurance de leur commerce, ce qui fait de nous un réel leader dans l'industrie.

HED offre un programme exclusif aux membres de l'ADA
Communiquez avec nous pour en savoir plus

HED | Courtier en assurance

1.800.363.9538
assuranceada@hedinc.com

BANQUE NATIONALE

Vous souhaitez ajouter un allié de choix dans votre panier de partenaires d'affaires ? Contactez-nous !

Prenez contact avec l'un de nos experts :
franchises@bnc.ca

RÉSERVEZ LES DATES!

ÉVÉNEMENTS 2022 À VENIR

LANCEMENT OFFICIEL DES INSCRIPTIONS DU CONCOURS *LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!*

Le 4 mai 2022 au Château Laurier, Québec.
*Certains députés seront invités à se joindre à nous.

Plus de détails sur le site de l'ADA : **www.adaq.qc.ca**

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Le 30 mai 2022 au Club de Golf Elm Ridge, à Montréal.

Plus d'information aux **pages 18-19**

CONCOURS *LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!*

Du 8 août au 28 août 2022, les détaillants rivaliseront dans une compétition de marchandisage.

Site : **www.concoursalimentsduquebec.com**

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA AU HILTON LAC-LEAMY À GATINEAU

Du 4 au 6 novembre 2022.

Détails à venir sur le site de l'ADA : **www.adaq.qc.ca**

NOUVEAUTÉ !

L'Association des détaillants en alimentation du Québec vous propose maintenant de nouvelles balados!

VOICI LES DEUX TYPES D'ÉPISODES DISPONIBLES POUR LE MOMENT :

D'autre contenu vous sera également proposé au courant de l'année !

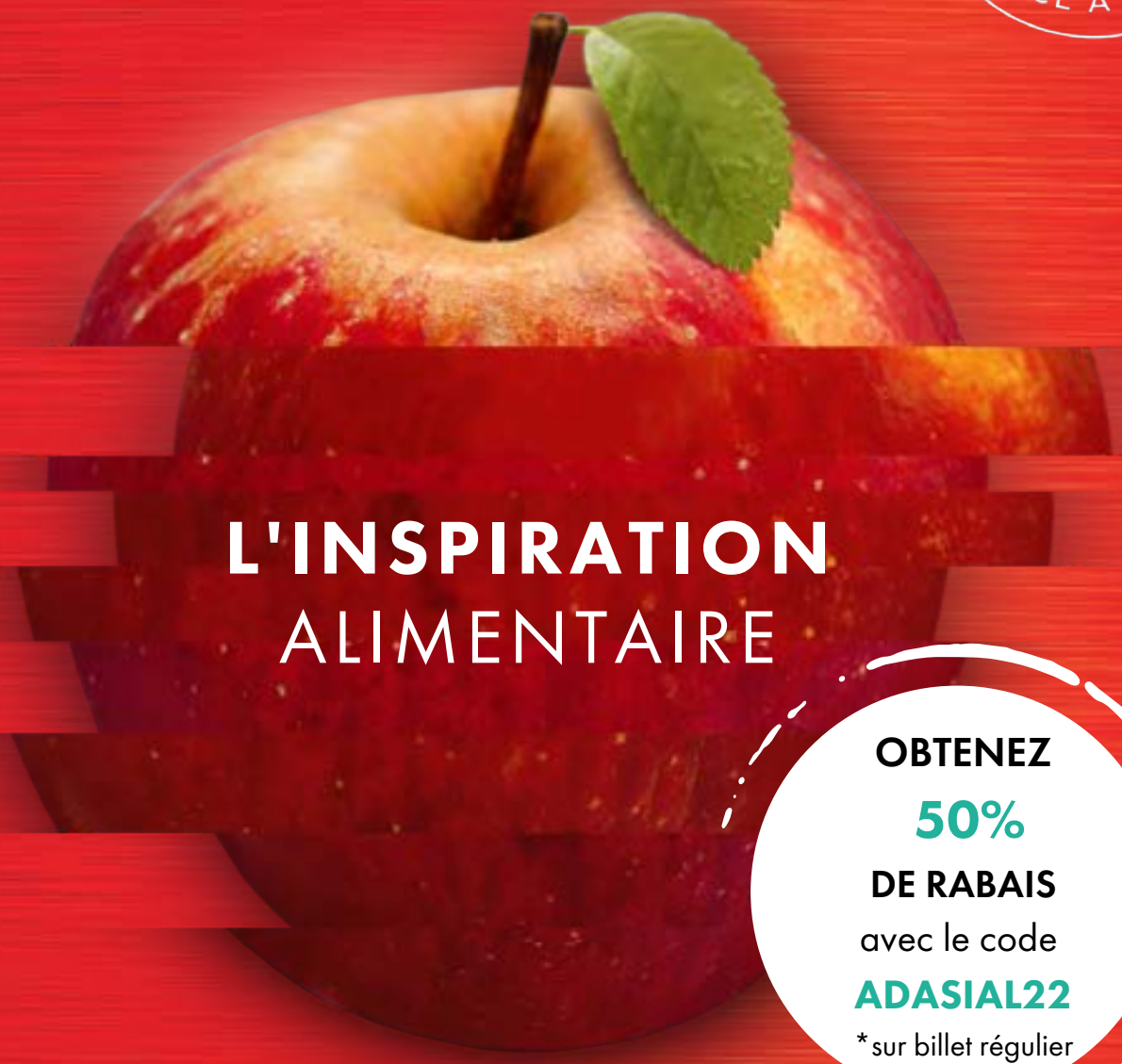
Vous pouvez écouter nos différentes balados sur le site de l'ADA dans l'onglet balado ou bien sur votre plateforme de diffusion en continu préférée.

Suivez-nous sur : **adaq.qc.ca/espacebalado**

SIAL Canada

L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

RECOMMENCER À FAIRE DES AFFAIRES EN FACE À FACE



L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

OBTENEZ
50%
DE RABAIS
avec le code
ADASIAL22
*sur billet régulier

19E ÉDITION — sialcanada/inscriptions

LE PLUS GRAND SALON DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE EN AMÉRIQUE DU NORD

MONTRÉAL • 20 AU 22 AVRIL • PALAIS DES CONGRÈS

SIALCANADA.COM

#SIALCANADA #SIALMTL2022

SIAL Canada
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

RECOMMENCER À FAIRE DES AFFAIRES EN FACE À FACE

PROGRAMME DES CONFÉRENCES

20 AVRIL 2022

8h30 - 9h15
> Entre la gestion redéfinie de la demande et les défis d'approvisionnement: Inspiration, Innovation et Résilience
Sylvain Charlebois, Université Dalhousie

9h45 - 10h30
> La prescription vers le succès
Shenuka Wickramasinghe, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation
Joe Lake, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation

9h45 - 10h30
> Le casse-tête de la chaîne d'approvisonnement: la fin est-elle en vue?
Bob Bauer, Association of Food Industries

11h00 - 11h45
> La traçabilité, un vecteur de croissance et de transparence
Stéphane Crevier, Pigeon Brands

11h00 - 11h45
> Le Cocktail Post-Covid: comment le bar innove à la lumière des nouveaux défis?
Jean-Sébastien Michel, Alambika

12h15 - 13h00
> Diriger, à la pointe du numérique
Nestor Gomez, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation
Joe Lake, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation

12h15 - 13h00
> Un regard sur les ménages LGBTQ+ au Canada
Francis Parisien, Nielsen IQ Canada

13h30 - 14h15
> L'avenir de l'alimentation
Jo-Ann McArthur, Nourish Food Marketing

13h30 - 14h15
> Enjeux et opportunités d'innovation pour des systèmes alimentaires durables
Nadia Fentiman, Récolte

14h45 - 15h30
> L'économie circulaire pour les plastiques: relever le défi par l'innovation
Carol Zweep, NSF

14h45 - 15h30
> Prévisions - Un avenir sain : Opportunités de produits
Julie Daigle, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation
Isabelle Marquis, Présidente du Jury SIAL Innovation

16h00 - 16h45
> Rapport 2021 sur le marché biologique canadien
Kim De Lallo, Association du Commerce Biologique pour le Canada

16h00 - 16h45
> Et si on réduisait notre gaspillage alimentaire tous ensemble ?
Florence-Léa Siry, Mouvement J'aime les ftuits et légumes

21 AVRIL 2022

8h30 - 9h15
> Opportunités et défis du marché ethnique croissant au Canada
B.K. Sethi, B.K. Sethi Marketing Ltd

8h30 - 9h15
> Pénurie de main d'oeuvre : vers un nouveau paradigme
Michel Rochette, Conseil Canadien du Commerce de Détail

9h45 - 10h30
> Contenu de marque = création de valeur
Stéphane Crevier, Pigeon Brands

9h45 - 10h30
> Nouvelles voies d'accès au garde manger : adaptateurs de brique et mortier (Panel)
Modératrice : Dana McCauley, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation

11h00 - 11h45
> Aide au commerce : comment aider les exportateurs internationaux à pénétrer le marché ?
Steve Tipman, Bureau de Promotion du Commerce Canada

11h00- 11h45
> Du succès au rayon des bières de microbrasseries (panel)
Marie-Ève Myrand, Association des Microbrasseries du Québec
Philippe Wouters, Consultant et Conférencier
Laurence Zert, Comité Sectoriel de Main-d'oeuvre du Commerce de l'Alimentation

12h15 - 13h00
> Tendance lourde : la légèreté du sans alcool
Jean-Sébastien Michel, Alambika

12h15 - 13h00
> Beyond Meat (panel)
Modératrice : Dana McCauley, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation
Jay Robinson, Global Agri-Food Advancement Partnership
Dave Bender, Griffiths Foods

13h30 - 14h15
> L'unité alimentaire!
Robert Dion, HRI Magazine

13h30 - 14h15
> Mondialisation vs Démondialisation: qu'est-ce qui est possible et réaliste dans l'industrie alimentaire Nord-Américaine ? (panel)
Modératrice: Jane Dummer, Jane Dummer Consulting
Sylvain Charlebois, Université Dalhousie

14h45 - 15h30
> Les réclamations des consommateurs que vous pouvez présenter à la banque (panel)
Modératrice : Linda Fox, Réseau Canadien d'Innovation en Alimentation
Peter Chapman, SKU Foods
Francis Parisien, Nielsen IQ Canada
Shawn Carver, Fiddlehead Technology

16h00 - 16h45
> La situation actuelle des produits biologiques au Canada (panel)
Modératrice : Kim de Lallo, Assocation du Commerce Biologique pour le Canada

16h00 - 16h45
> Les Indications Géographiques, une opportunité de développement
Morgan Larhant, Ambassade de France au Canada

22 AVRIL 2022

8h30 - 9h15
> La Ville de Montréal, partenaire d'une relance durable et circulaire du secteur bioalimentaire
Géraldine Martin, Ville de Montréal

9h45- 10h30
> Aller de l'avant avec les aliments et boissons d'origine végétale
Jane Dummer, Jane Dummer Consulting

9h45- 10h30
> Aperçu des exigences d'importation des États-Unis
Bob Bauer, Association of Food Industries

11h00- 11h45
> L'acerum, le nouveau spiritueux d'érable qui fait sa marque!
Jean-Sébastien Michel, Alambika

11h00 - 11h45
> Trouver un.e expert.e R&D et financer l'innovation agroalimentaire
Anaïs Détolle et Clément Villemont, Mitacs

12h15 - 13h00
> Les défis de l'importation au Canada
Modérateur : Steve Tipman, Bureau de Promotion du Commerce Canada
Panel : Acheteurs canadiens du secteur des aliments transformés

13h30 - 14h30
> Carbone riverain™ : un programme de compensation de Co2 taillé sur mesure pour l'industrie de l'alimentation
Dominic Champagne et Emmanuel Bilodeau, Arbre-Évolution

13h30 - 14h15
> Promouvoir les fromageries québécoises : les initiatives du CILQ
Guyane Perron, Conseil des Industriels Laitiers du Québec

Votre produit est hors du commun ?
Portez-le en compétition !

SIAL INNO-VATION
Le rendez-vous des tendances récompensant les plus belles innovations alimentaires et non-alimentaires, comme les emballages et contenants alimentaires.

SIAL FROMAGE
Les professionnels de l'industrie fromagère évalueront la crème de la crème des fromagers et récompenseront les Champions parmi les 28 catégories sélectionnées.

SIAL OLIVE D'OR
Le plus grand concours d'Huiles d'Olive Extra Vierge au Canada, réunissant chaque année plus d'une centaine d'huiles mises en avant pour les 25 000 visiteurs du SIAL Canada.

sialcanada.com/competitions

MODERNISA
DE LA CONS

TION IGNE

Le 26 janvier dernier, en conférence de presse, le ministre de l'Environnement Benoit Charette a publié le règlement visant l'élaboration, la mise en œuvre et le soutien financier d'un système de consigne de certains contenants.

Le règlement demeure complexe, avec plusieurs éléments, mais notre plus grande surprise a été l'obligation de tous les détaillants de plus de 2500 pieds carrés de récupérer des contenants consignés. Au Québec, c'est l'équivalent de près de 13 000 détaillants (incluant les pharmacies, épiceries, dépanneurs, quincailleries et magasins à grande surface).

Malheureusement, le projet de règlement à l'étude prône un copier-coller du modèle actuel tenu à bout de bras par les détaillants en alimentation. Notre position est claire : il est hors de question que les détaillants soient contraints de récupérer des contenants à l'intérieur et dans tous les magasins au Québec.

Pour bien servir les citoyens dans cette modernisation de la consigne, il faut mettre en place :

- Des sites dédiés à la récupération de tous les contenants consignés.
- Des sites efficaces, rapides et automatisé.
- Des sites facilement accessibles et bien adaptés aux différentes réalités régionales.

Notre proposition : Créer un réseau d'environ 1132 sites de récupération des contenants dans des zones commerciales à proximité des lieux de consommation où se rendent régulièrement des citoyens. Cette proposition conjointe des associations de détaillants a été soumise aux autorités et aux groupes de producteurs à l'été 2021. Elle permettrait de desservir 90 % de la population québécoise à moins de 10 minutes de déplacement, sur le chemin qu'ils empruntent pour faire leurs différentes emplettes.

Deux modifications au règlement sont essentielles :

- Supprimer l'article 44, qui oblige l'ensemble des détaillants à récupérer tous les contenants consignés.
- Prolonger le délai pour bâtir le réseau de sites de récupération pour un déploiement optimal du réseau.

Le règlement mentionne que des détaillants peuvent se regrouper, mais tout en spécifiant qu'ils demeurent individuellement tenus au respect des obligations. Qu'est-ce que cela veut dire ?

Est-ce qu'en plus d'exploiter un lieu de retour partagé ils devront aussi en reprendre dans leurs murs ? À aucun endroit, dans le règlement, il n'est mentionné explicitement que les détaillants qui se regroupent verraient leur responsabilité individuelle de récupérer retirée.

Nous avons demandé au gouvernement de l'inscrire directement dans le règlement. Les détaillants qui désirent rejoindre un regroupement ou s'associer à un lieu de retour n'auront plus l'obligation de récupérer des contenants consignés. Ceux-ci pourront même indiquer aux clients, comme cela est prévu au règlement, le lieu et l'adresse du point de retour.

MODÈLE D'AFFAIRES DU SYSTÈME

Nous sommes favorables à ce que le système soit entièrement financé par une contribution des producteurs, car c'est le principe même de la responsabilité élargie des producteurs (REP) et de la loi qui a été adoptée. Nous avons donc salué que le règlement respecte entièrement le principe de REP, qui donne la responsabilité aux producteurs de financer et d'organiser la modernisation de la consigne.

Un organisme de gestion désigné (OGD), qui représente les producteurs, devra signer des contrats avec les opérateurs et s'assurer de respecter les objectifs de récupération et de valorisation des matières inscrites dans le règlement. Les producteurs devront s'entendre avec les opérateurs de sites et, à défaut de s'entendre, un principe d'arbitrage est mis en place dans le règlement. Alors, les producteurs devront payer le juste prix du coût d'implantation du système et les coûts réels d'opération et de gestion du système de la consigne.

Avec des modèles d'affaires durables, une foule d'exploitants potentiels, dont des détaillants alimentaires, des OBNL, et peut-être même des organismes publics, se porteraient volontaires pour appuyer la modernisation.

Cependant, en parcourant le projet de règlement et l'analyse d'impact économique de ce dernier, il est difficile pour l'instant de vérifier si le modèle d'affaires sera rentable pour les opérateurs.

UN DÉLAI TROP COURT

Selon le règlement actuel, la moder–nisation doit s'effectuer 10 mois après la publication du règlement. Selon nous, il est impensable de vouloir créer ce minimum de 1500 lieux de retour sur le territoire en dix mois. Les filières de production et de la logistique tournent au ralenti. Actuel–lement, c'est déjà difficile d'avoir des gobeuses et même des paniers d'épicerie.

Tous les entrepreneurs qui doivent faire des rénovations savent qu'ils doivent prévoir de longs délais pour les corps de métiers spécialisés, les matériaux et les fournitures. Penser qu'un détaillant indépendant peut préparer un projet qui répond aux règlements et aux spécifications à venir de l'organisme, potentiellement s'entendre sur un partenariat avec d'autres détaillants, s'entendre avec le bailleur, négocier avec l'OGD, finaliser les plans, demander un permis à la municipalité, organiser le financement, commander le matériel nécessaire, construire, aménager, embaucher le personnel et être prêt à offrir le service à la population au dixième mois… sérieusement ?

PROCHAINES ÉTAPES

D'emblée, nous tenons à souligner le travail de plusieurs détaillants qui ont pris l'initiative de sensibiliser les élus québécois aux impacts de la modernisation de la consigne sur leurs opérations. Sans être contre le principe de la consigne, il est impossible sur le plan opérationnel de gérer autant de volume de contenants pour les détaillants.

Nous espérons que le ministre et le gouvernement seront à l'écoute de nos propositions et qu'ils seront en mesure d'apporter les correctifs nécessaires au règlement selon nos demandes. Nous vous tiendrons au courant, dès que le règlement sera publié, des prochaines échéances.

MODERNISATION DE LA COLLECTE SÉLECTIVE

En même temps que le règlement sur la modernisation de la consigne, le ministre a également déposé le règlement sur la modernisation de la collecte sélective. Comme pour la consigne, le gouvernement part du principe de la responsabilité élargie du producteur pour moderniser la collecte sélective. Actuellement, les producteurs (dont les détaillants) paient pour le volume qu'ils mettent en marché et pour composer avec la récupération réalisée par les municipalités. Plusieurs détaillants ont également des ententes privées avec des récupérateurs.

Le règlement prévoit qu'un organisme de gestion désigné s'assurera de gérer l'ensemble de la filière de la collecte sélective, incluant l'imputabilité des centres de tri et la valorisation de la matière.

Cependant, dans sa forme actuelle, le règlement souhaite que l'ensemble des émetteurs de cartons, d'emballages et d'imprimés (CEI) soient desservis par les services municipaux. Nous croyons que les entreprises qui ont des ententes privées avec des récupérateurs doivent demeurer dans la modernisation de la collecte sélective. Il faudra uniquement que l'OGD puisse avoir les données pour s'assurer d'atteindre les taux de récupération souhaités par le règlement.

Ce qui est paradoxal dans tout cela, c'est que le délai de mise en place du nouveau système de modernisation de la collecte sélective ne doit être effectif qu'en 2025, contrairement à la modernisation de la consigne, qui doit l'être en 2023. Du côté de la consigne, tout est à construire, et de l'autre, il faudra certains ajustements, mais moins d'investissements, mais on pousse la consigne en premier lieu. Les deux règlements devraient avoir la même échéance : 2025!

Vous appréciez notre travail?

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

CONTACTEZ-NOUS
Daniel Choquette
(514) 262-1691
dchoquette@adaq.qc.ca

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

Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

SUIVIS DE DOSSIERS

Depuis notre dernier magazine *RADAR*, plusieurs choses sont arrivées. Nous avons traversé la 5e vague de la COVID-19, vivons présentement la 6e vague, l'inflation est en forte hausse et la guerre touche l'est de l'Europe. En ce qui nous concerne, voici quelques mises à jour sur divers dossiers.

ÉCONOMIE

BUDGET PROVINCIAL 2022-2023 : UN BUDGET PRUDENT ET CONSERVATEUR ▾

Le 22 mars dernier, le ministre des Finances, Eric Girard, a déposé son 4e et dernier budget avant les élections provinciales prévues cet automne. Il s'agit d'un budget prévisible et conservateur. Essentiellement, le gouvernement se concentre sur les missions essentielles de l'État, soit la santé et l'éducation. Il y a quelques mesures ciblées, mais le ministre Girard ne sort pas du cadre habituel des mesures étatiques.

La mesure phare du gouvernement est pour contrer la hausse du coût de la vie en 2022 qui est de prévue à 4,65 %. Le gouvernement donnera une contribution de 500 $ par adulte ayant un revenu de moins de 100 000 $, ce qui équivaut à une dépense de 3,2 milliards pour une seule année. Cela s'ajoute à l'aide gouvernementale de 275 $ qui a été octroyée cet automne pour les personnes qui ont un revenu inférieur à 50 000 $. La grande majorité de vos employés vont bénéficier de cette aide directe du gouvernement.

MAIN-D'ŒUVRE

Selon le ministre des Finances, le gouvernement, lors de sa mise à jour économique à l'automne, a déjà accompagné les entreprises pour pallier à la pénurie de main-d'œuvre. Malheureusement, le gouvernement avait ciblé ses propres besoins de main-d'œuvre (santé, éducation) et quelques secteurs économiques, dont la construction. Aucune mesure concernant le secteur du détail alimentaire n'avait été proposée.

Il ne s'agit pas d'une aide directe aux entreprises reliées au secteur bioalimentaire, mais plutôt de l'accompagnement pour certains groupes. Nous tenterons d'en savoir davantage sur la valorisation du détail alimentaire.

Dans ce budget, il y a quelques mesures pour le secteur agro–alimentaire. Effectivement, afin d'appuyer des initiatives pour atténuer la rareté de main-d'œuvre dans le secteur bioalimentaire, le gouvernement prévoit 15 millions de dollars sur cinq ans, soit un montant de 3 millions par année. Cette somme servira notamment à :

- Augmenter la visibilité des emplois du secteur bioalimentaire.
- Bonifier les efforts du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation en matière de formation continue.
- Encourager la diplomation pour les formations qui mènent à des métiers et à des professions priorisées dans le secteur bio–alimentaire. Par exemple, en médecine vétérinaire, en inspection et en boucherie industrielle.

TRAVAILLEURS EXPÉRIMENTÉS

Dans le budget 2019-2020, le crédit d'impôt pour la prolongation de carrière a été bonifié afin d'inciter les personnes de 60 ans ou plus à demeurer sur le marché du travail en leur accordant une aide fiscale maximale de 1500 $ ou de 1650 $ selon leur âge. Cette mesure est reconduite jusqu'à 2026-2027. C'est un coût annuel de près de 110 millions du gouvernement.

Un montant de 1650 $ n'est pas un incitatif financier assez élevé pour qu'une personne décide de demeurer au travail. Sur 48 semaines de travail, c'est un montant d'environ 35 $ par semaine. Est-ce qu'une personne voudra travailler pour bénéficier d'un tel montant?

Il serait temps que le ministère des Finances réévalue cette mesure et puisse proposer une mesure plus encourageante pour nos employés qui désirent demeurer au travail sans être pénalisés.

SECTEUR AGROALIMENTAIRE

Le gouvernement continuera de financer des initiatives reliées à la politique bioalimentaire en ajoutant un montant de 562 millions jusqu'en 2025. Ce montant servira principalement à :

- Financer des projets d'investissement en transformation alimentaire, en autonomie alimentaire et en agriculture.
- Maintenir l'appui aux pêches et à l'aquaculture.
- Appuyer des projets de recherche et d'innovation.
- Soutenir le développement des marchés et du secteur bioalimentaire.

Il faudra encore une fois insister auprès du gouvernement pour inclure le détail alimentaire dans les programmes d'investissement au MAPAQ. Cependant, nous sommes rassurés que le gouvernement continue d'investir pour soutenir le développement des marchés ce qui a permis de soutenir financièrement notre concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*.

ENVIRONNEMENT

Je n'ai pas besoin de vous rappeler que le gouvernement a décidé de moderniser la gestion des matières résiduelles en optimisant les systèmes de collecte sélective et de consigne. Ainsi, une aide de 18 millions de dollars sur trois ans sera versée à cette fin de manière transitoire jusqu'à l'entrée en vigueur de la modernisation de la collecte sélective et de la consigne, en 2025 (selon le document du ministère des Finances). Un montant de 12,4 millions est réservé pour un programme qui soutiendra le principe de responsabilité élargie des producteurs.

Est-ce que les sommes seront transférées aux deux organismes de gestion désignée pour planifier les deux réformes actuellement en cours? Il faudra surveiller le détail des programmes qui seront annoncés ultérieurement.

FRAIS TRANSACTIONNELS ▾

La ministre des Finances du Canada, Chrystia Freeland, a déposé son deuxième budget le 7 avril dernier. Encore une fois, le gouvernement libéral décide de pelleter par en avant l'enjeu des frais de cartes crédits. En 2019, les libéraux avaient promis d'enlever les taxes à la consommation dans le calcul des frais. Rien n'a été fait. En 2021, les libéraux ont promis en campagne électorale de légiférer sur les frais d'interchange. La ministre Freeland parle de consultation dans son budget. C'est ce qui avait été annoncé dans le budget 2021, une consultation.

Pourtant, au cours de l'automne dernier, le ministère des Finances du Canada a tenu une consultation publique concernant la réduction des frais de transaction liés aux cartes de crédit. Tel qu'il a été annoncé dans le budget fédéral de 2021, le gouvernement a demandé l'avis des propriétaires des petites entreprises, des principaux intervenants et de tous les Canadiens pour :

- Réduire le coût général des frais d'interchange des commerçants.
- Garantir que les petites entreprises profitent de prix similaires à ceux des grandes entreprises.
- Protéger les points de récompense existants des consommateurs.

Comme il est indiqué dans le budget de 2021, le gouvernement est ouvert à l'idée d'apporter des modifications législatives à la Loi sur les réseaux de cartes de paiement qui donneraient le pouvoir de réglementer les frais d'interchange.

Évidemment, cela fait deux ans que nous écrivons aux ministres des Finances du Canada pour leur expliquer les impacts des frais de transaction et surtout la hausse, depuis la pandémie, de l'utilisation par vos clients des cartes de crédit. À plusieurs reprises, nous avons réitéré vos réalités et nous avons demandé aux ministres de réglementer le taux minimalement sous les 0,5 % pour permettre à tous les commerçants de bénéficier d'un taux concurrentiel et d'avoir de la marge de manœuvre financière pour demeurer compétitifs.

Le premier ministre Trudeau, dans une lettre adressée à la ministre des Finances, en décembre dernier, lui demande de réduire le coût général des frais d'interchange des commerçants, en veillant à ce que les petites entreprises bénéficient de ce travail et en protégeant les points de récompense existants des consommateurs.

Pendant que le gouvernement veut continuer à « consulter », des détaillants continuent de financer les émetteurs de cartes de crédit. Quand le gouvernement mettra-t-il un frein sur cet important facteur d'inflation du prix de toutes les transactions par carte de crédit? Celles-ci étouffent les détaillants, qui, depuis deux ans, tiennent à bout de bras le système de vente et de distribution alimentaire au Québec et au Canada.

POLITIQUE

LA CAQ REMPORTE L'ÉLECTION PARTIELLE À LONGUEUIL ▼

Une élection partielle a eu lieu le 11 avril dernier dans la circonscription de Marie-Victorin, située sur le territoire de la Ville de Longueuil. Cette circonscription est devenue vacante à la suite de l'élection de l'ancienne députée péquiste, devenue indépendante, Catherine Fournier à la mairie de Longueuil en novembre dernier. Mme Fournier représentait la circonscription depuis 2016.

Considérée comme un château fort du Parti québécois, qui détenait ce comté depuis 1985, c'est la candidate de la Coalition avenir Québec Shirley Dorismond qui l'a emporté avec 35 % des suffrages. Elle a devancé le candidat péquiste Pierre Nantel, qui a récolté 30 % des voix. Cette victoire de la CAQ dans un comté traditionnellement péquiste démontre un bon appui de la part des électeurs envers le gouvernement de François Legault.

Est-ce que ce résultat se transposera lors de l'élection générale cet automne? Les électeurs donneront-ils un deuxième mandat fort à la CAQ? Même si certains disent que 6 mois, en politique, c'est long, il y a une tendance lourde à vouloir délaisser les « vieux partis » actuellement au Québec.

AGROALIMENTAIRE

POLITIQUE BIOALIMENTAIRE ▼

Le 19 mai prochain, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne, tiendra le troisième rendez-vous annuel des partenaires de la politique bioalimentaire. Cette rencontre sera la première en présentiel depuis le printemps 2019. Ce sera l'occasion pour le ministre de faire une mise à jour des avancées des objectifs fixés par la politique bioalimentaire, dévoilée en 2018. L'an passé, notre président-directeur général, Pierre-Alexandre, avait participé à un panel intitulé Accroître la demande pour les aliments québécois. Il a mis en lumière les nombreuses initiatives que les détaillants propriétaires réalisent en magasin.

En vue de cette journée, le ministre Lamontagne a tenu une rencontre avec le groupe tertiaire dont l'ADA fait partie. Le ministre souhaitait discuter de nos enjeux reliés à la durabilité économique et environnementale de notre secteur d'activité. Nous avons évidemment brossé un portrait de notre besoin criant de main-d'œuvre et des défis auxquels nous faisons face, même concernant les approvisionnements. Nous avons rappelé au ministre que dans notre secteur du détail alimentaire, il n'y a pas de programme qui nous permet d'améliorer la performance des magasins. Aucun programme pour l'achat d'équipements (caisses libre-service), aucun programme pour automatiser nos opérations en magasin, comme les étiquettes électroniques. D'un côté, le gouvernement souhaite que nous soyons innovants et que nous investissions, mais nous n'avons aucun support de l'État, contrairement à d'autres secteurs économiques au Québec.

Nous avons également mentionné au ministre que nous comprenons qu'il faut faire notre part pour appuyer des initiatives environnementales, dont la lutte au gaspillage alimentaire, mais qu'il faudrait que les municipalités ou le gouvernement provincial arrêtent d'alourdir nos opérations en magasin, ce qui nuit considérablement à notre industrie.

MISE À JOUR SUR LE CODE DE PRATIQUES DE L'INDUSTRIE DE L'ÉPICERIE ▼

Le Comité directeur du Code de pratiques de l'industrie de l'épicerie a présenté aujourd'hui aux ministres canadiens de l'Agriculture un rapport résumant les progrès effectués en date du 31 mars 2022. Rappelons que les détaillants propriétaires y sont représentés par notre collègue Gary Sands, vice-président sénior de la Fédération canadienne des épiciers indépendants (CFIG). Ce dernier expliquait au *Toronto Star* que le consensus sur le caractère obligatoire et exécutoire du code représente un grand pas en avant. Il ne pense pas, cependant, qu'il soit réaliste d'enchâsser le code dans la législation, mais que cela ne signifie pas qu'il n'aura pas de mordant. Une fois le code établi, la prochaine étape consistera à déterminer le mécanisme d'arbitrage. Sands croit que « *ce code, une fois finalisé, aura un impact sur les Canadiens en aidant à assurer une industrie compétitive et un approvisionnement équitable et fiable* ».

Depuis le début du processus, tant l'ADA que la CFIG militent pour que les joueurs de toute taille bénéficient d'un éventuel code de bonnes pratiques pour l'industrie alimentaire et qu'il est primordial de s'assurer d'une réciprocité des mesures mises en place. Toutes les entreprises alimentaires canadiennes font partie d'une chaîne, dont tous les maillons sont interdépendants.

Rappelons que le comité a été initialement chargé de rédiger un code pour la fin de 2021, mais devant l'ampleur de la tâche, il a été convenu, avec l'industrie, que le projet nécessitait davantage de travail. Par exemple, de l'expertise externe aux membres de l'industrie sera nécessaire pour déterminer comment mettre en œuvre le code et un mécanisme de règlement des différends. Le comité a également formé un groupe d'experts issus des membres des organisations participantes qui commencera à se réunir ce mois-ci avec un avocat de la concurrence pour discuter de la portée du code. Le code traitera des accords entre les épiciers et les fournisseurs, en abordant notamment les conditions de paiements, de déductions, d'amendes, de frais et d'une foule d'autres enjeux. Plus tard, le comité directeur prévoit recueillir des commentaires des parties intéressées, une fois qu'une première version du projet de code aura été rédigée. Nous vous tiendrons évidemment au courant de ces travaux et nous y prendrons part.

ALCOOL

DÉGUSTATION EN MAGASIN : L'INACTION DU GOUVERNEMENT CAQUISTE ▼

En juin 2018, le parlement québécois a adopté le projet 170, qui modernisait le régime juridique applicable aux permis d'alcool et qui modifiait diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques. À la suite de ce projet de loi, le gouvernement a formé un comité consultatif, à l'automne 2018, dans le but de modifier le règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques. Les travaux se sont déroulés jusqu'au mois de janvier 2020. Depuis ce temps, aucune communication n'a été faite de la part de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec (RACJ) auprès des partenaires.

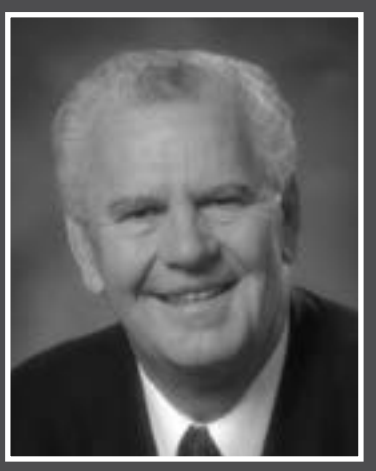
À plusieurs reprises, nous avons fait des demandes de rencontres avec la ministre de la Sécurité publique, Geneviève Guilbault, pour lui exposer les divers enjeux reliés aux permis d'alcool qui nous concernent, incluant la possibilité de faire déguster par nos employés, les produits d'alcool. À chaque demande de rencontre, nous avons été redirigés soit vers la Régie, soit vers l'attachée politique au dossier. Depuis plus de deux ans, rien ne bouge dans ce dossier malgré que la grande majorité des intervenants sont favorables au fait que nos employés puissent faire déguster des produits à nos clients. Cependant, le gouvernement n'a pas hésité à modifier la loi pour permettre aux restaurateurs de livrer directement de l'alcool par un tiers. Il serait temps que la ministre de la Sécurité publique accepte d'échanger avec ceux qui se sont tenus debout depuis deux ans pour nourrir les Québécois en pleine pandémie.

À LA MÉMOIRE DE

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

EUGÈNE TASSÉ (1925 - 2022)

Épicier dans l'âme, Eugène Tassé s'est éteint le 20 février dernier, à l'âge de 96 ans. Ayant œuvré dans le domaine de l'alimentation pendant plus de 45 ans, M. Tassé était un homme d'affaires aguerri et un entrepreneur bien connu en Outaouais. Honoré en 2005 au Temple de la renommée de l'ADA, nous nous en souviendrons comme un homme d'affaires et un bâtisseur infatigable d'une grande générosité avec un sens de l'engagement social très fort.



MAURICE CLERMONT (1944 - 2022)

Maurice Clermont nous a quittés le 10 février 2022, à l'âge de 77 ans. Avant de se lancer en politique municipale et de devenir député pour le Parti libéral du Québec dans la circonscription de Mille-Îles, de 2003 à 2008, M. Clermont a été propriétaire d'un supermarché, de 1963 à 1986. Grâce à son implication, il laisse derrière lui un héritage qui a su faire une différence dans la vie des Lavallois.

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**

GUERRE EN UK
Vers une crise alim

Après des semaines d'incertitudes, la Russie a envahi l'Ukraine le 24 février dernier. Cette attaque militaire par la Fédération russe est considérée comme la plus importante qu'ait connue l'Europe depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Alors que le conflit est souvent analysé dans une perspective politique et économique, qu'en est-il au niveau agroalimentaire ? Voici quelques données de l'impact qu'a la guerre dans ce domaine :

50 %
À eux deux, l'Ukraine et la Russie produisent la moitié de l'huile de tournesol de la planète, soit plus de 8 millions de tonnes.

30 %
Le pourcentage de la production mondiale de blé exporté par les deux pays en guerre.

20 %
L'exportation de maïs ondialement par les Ukrainiens et les Russes.

400M
Cela représente le nombre de personnes nourries annuel–lement par les productions agricoles ukrainiennes.

IMPACT IMMÉDIAT

Dans un rapport publié le 25 mars 2022, l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a mis de l'avant l'importance de l'Ukraine et de la Russie dans le marché agroalimentaire mondial et les effets du conflit sur celui-ci. Comme il est possible de le constater ci-haut, ces deux pays représentent une partie importante du marché mondial du blé et du maïs. L'impact de la guerre sur l'exportation agroalimentaire de ces produits se fera d'abord sentir dans les pays en voie de développement, principalement en Afrique et au Moyen-Orient. Ceux-ci étaient déjà dans une situation précaire avant le déclenchement de la guerre en devant faire face la hausse des prix des denrées alimentaires internationales.

Importation de blé de l'Ukraine et/ou de la Russie		
Érythrée : 100 %	**Somalie :** 90 %	**Turquie :** 80 %
Liban : 70 %	**Libye :** 60 %	**Congo :** 60 %
Yémen : 40 %	**Tunisie :** 40 %	**Israël :** 40 %

RAINE : entaire ?

CONSÉQUENCE DE LA GUERRE SUR PLUSIEURS ANNÉES

Bien que 2022 s'annonçait comme une année prospère pour l'agriculture ukrainienne, la guerre déclenchée par Moscou change complètement la donne. Selon la FAO, les plantations de différentes céréales hivernales ne seront pas disponibles à l'exportation. Plus de 50 % du blé et 60 % du maïs produits par l'Ukraine se trouvent dans les régions de l'est du pays, présentement pris d'assaut par l'armée russe.

Notons que plus la guerre va perdurer dans le temps, plus l'impact sur l'agriculture se fera sentir dans les années à venir. En plus de la destruction de l'équipement agricole et des champs, les productions seront affectées par l'incapacité des agriculteurs d'accéder et d'entretenir les récoltes. Cette situation mettra une pression sur le marché international du blé, du maïs et le d'huile de tournesol dès cette année et se fera sentir en 2023, alors que les autres pays producteurs devront combler l'absence de la production de l'Ukraine. Pour les consommateurs, cela implique une hausse des coûts du panier d'épicerie, déjà fortement affecté par l'inflation.

Au-delà des récoltes, le pays devra également reconstruire son réseau d'exportation une fois la guerre terminée. D'importants ports, dont celui d'Odessa et de Marioupol, ont été détruits ou fortement endommagés par les combats.

L'approvisionnement est difficile dans les commerces du pays, comme dans cette épicerie

Si vous voulez contribuer pour aider à la crise humanitaire en Ukraine, vous pouvez faire un don à la Croix-Rouge canadienne en vous rendant au **www.croixrouge.ca**

QU'EN EST-IL AU QUÉBEC ET AU CANADA ?

Bien que la situation soit inquiétante, le Canada est bien positionné afin d'échapper à la pénurie de grains. Étant le sixième exportateur de blé au monde, le pays ne manquera pas de ressources. Après deux années de pandémie et de manque de main-d'œuvre, cette nouvelle guerre ajoute une pression supplémentaire sur toute la chaîne de production alimentaire, déjà affaiblie. Selon plusieurs experts, il faut s'attendre, inévitablement, à ce que le coût du panier d'épicerie augmente.

FORMATION EN LIGNE

COMMIS À LA BOUCHERIE

FORMATION EN LIGNE
COMMIS À LA BOUCHERIE
COMPLÈTEMENT REVISITÉE!

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

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE VOS COMMIS DE LA BOUCHERIE !

3 MODULES :

- Bien connaître les produits de la boucherie
- Assurer la bonne tenue des comptoirs
- Assister le boucher(ère) dans la préparation des produits

GUIDE DE LA BOUCHERIE AU QUÉBEC,
Un outil complémentaire pour vos commis et vos bouchers/bouchères !

- Fiches descriptives des catégories de viandes et de volailles au Québec
- Offert sans frais sur ordinateur, tablette et cellulaire

LIVRE NUMÉRIQUE

Avec la contribution financière de :
Commission des partenaires du marché du travail
Québec

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

NOUVELLE VERSION REVISITÉE ET ACTUALISÉE AU GOÛT DU JOUR!

Les pièces de viandes et de volailles demeurent très populaires dans le panier d'épicerie des Québécois. Cependant, les consommateurs sont de plus en plus exigeants en matière d'hygiène et de salubrité et se renseignent davantage sur les produits. Par ailleurs, le manque de main-d'œuvre qui persiste et le roulement fréquent du personnel dans les commerces d'alimentation augmentent la difficulté de bien former les employés en poste. Bien que certains programmes d'études existent pour le métier spécialisé de boucher/bouchère (DEP, alternance travail-étude et le programme d'apprentissage en milieu de travail), quels outils permettent de bien former vos commis de la boucherie?

Gestionnaires, pour vous aider à développer les compétences de votre équipe à la boucherie, le CSMOCA vous propose une nouvelle version de la formation Commis à la boucherie, entièrement retravaillée en fonction de vos besoins actuels! En support, faites découvrir à vos employés le guide produit des Viandes et volailles du Québec.

FORMATION COMMIS À LA BOUCHERIE

La formation en ligne Commis à la boucherie permettra de développer les compétences de vos employés. Ils seront en mesure de démystifier leur rôle de commis de la boucherie ainsi que leurs tâches et responsabilités. Tout au long de la formation, les participants apprendront à acquérir et à maîtriser des concepts de base tels que la connaissance des produits, la connaissance des équipements et des outils de la boucherie, la tenue des comptoirs, la préparation des produits et le service à la clientèle.

DE COURTE DURÉE, ANIMÉE ET INTERACTIVE, LA FORMATION SE DIVISE EN TROIS MODULES:

Formation en ligne

Bien connaître les produits de la boucherie, assurer la bonne tenue des comptoirs et assister le boucher/bouchère dans la préparation des produits. Accessible à la fois sur ordinateur, tablette et cellulaire, cette formation saura répondre à vos besoins!

Pour accéder à la formation en ligne : **http://csmoca.org/product/boucherie/**

Guide des viandes et volailles du Québec

Pour compléter les connais–sances de vos commis bouchers/bouchères, mais également celles de vos bouchers/bouchères, sur les différents produits vendus dans votre rayon boucherie, consultez le guide des Viandes et volailles. Sans frais et disponible en tout temps en format numérique, c'est un excellent outil en support à la formation en ligne. Offert sur l'écran de votre choix, vous pouvez le télécharger ou l'imprimer en tout ou en partie au **https://csmoca.org/guides/**.

Abonnement au portail performance du CSMOCA

Saviez-vous que les membres de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADAQ) bénéficient sans frais d'un abonnement au portail performance du CSMOCA? Il inclut 16 formations en ligne, un manuel de l'employé interactif ainsi qu'un coffret de gestion des ressources humaines de votre personnel. Pour vous abonner, communiquez avec Patrick Legault, adjoint administratif et services aux membres au **plegault@adaq.qc.ca.**

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

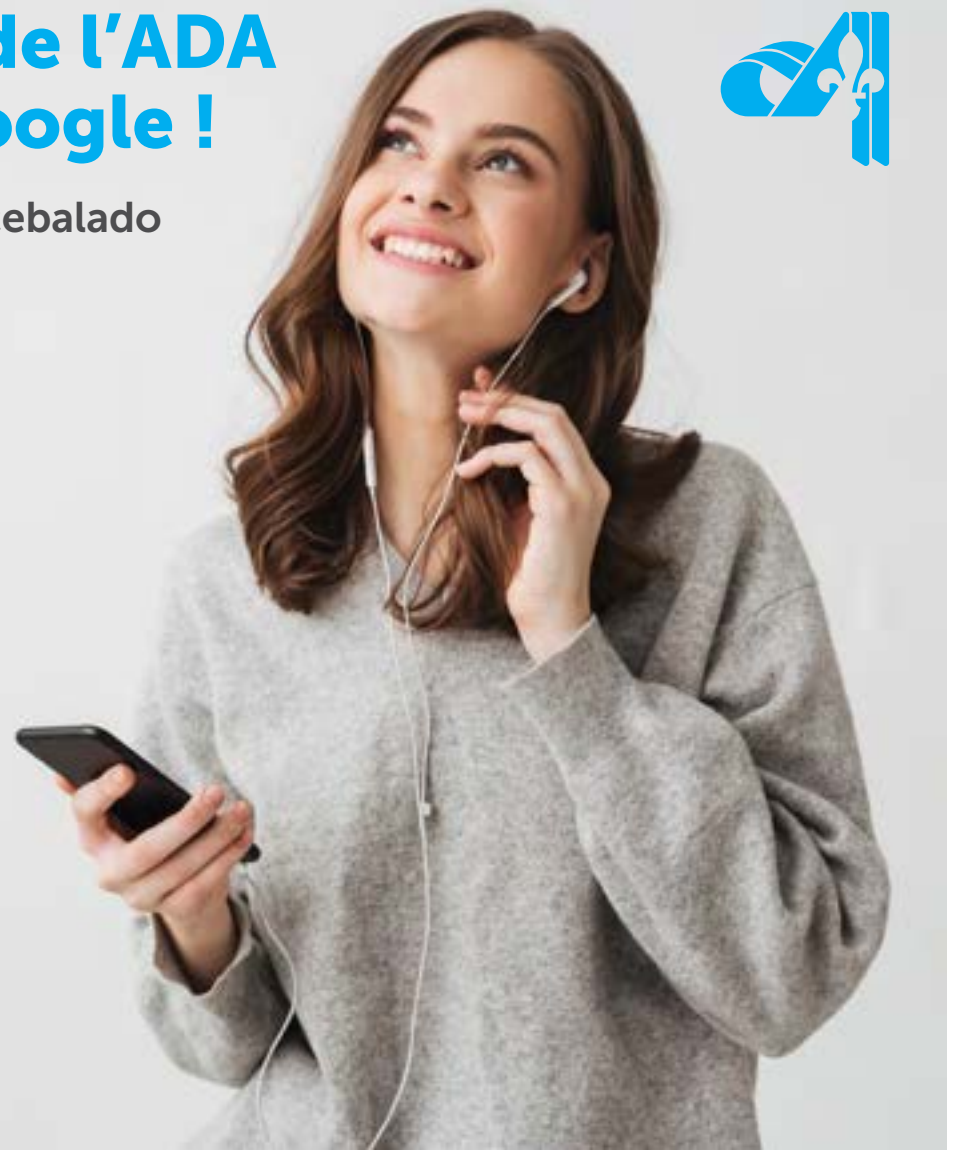
Charlotte Pigeon
Agente aux communications
cpigeon@csmoca.org

Retrouvez les balados de l'ADA sur Spotify, Apple et Google !

Disponible également au **adaq.qc.ca/espacebalado**

DIFFÉRENTS CONTENUS VOUS SERONT PROPOSÉS EN PLUS DE NOS ÉMISSIONS RÉGULIÈRES !

Vous pouvez écouter nos différents 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**

58e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

30 MAI 2022

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

ON SE REVOIT SUR LES VERTS!

PROFITEZ-EN POUR FORMER UN QUATUOR ET RENFORCER OU DÉVELOPPER VOS LIENS D'AFFAIRES AVEC DES DÉTAILLANTS!

Nous vous encourageons fortement à inviter vos clients détaillants à notre tournoi de golf afin de développer ou de consolider vos relations d'affaires avec ceux-ci. Rares sont ceux qui refusent de passer une journée en plein air dans une ambiance amicale et décontractée. Sachez que nous pouvons également vous mettre en contact avec des détaillants afin de compléter votre quatuor.

COÛT MEMBRE FOURNISSEUR

1375 $ +TX

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

**Possibilité de changements en fonction de la situation sanitaire*

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

58e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Association des détaillants en alimentation du Québec

Raison sociale _____

Adresse _____

Ville _____ Code postal _____

Courriel _____

Téléphone _____

Cellulaire _____

QUATUOR 1

Joueur 1 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 2 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 3 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 4 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

QUATUOR 2

Joueur 1 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 2 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 3 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

Joueur 4 : _____

Courriel : _____

Allergie(s) : _____

HORAIRE*

INSCRIPTION: 10h30

BRUNCH: 11h00

DÉPART: 12h00 (Formule Shotgun / Vegas à 4 joueurs)

COCKTAIL DÎNATOIRE: 18h00

**Possibilité de changements en fonction de la situation sanitaire*

QUATUOR (membre fournisseur)	☐	x 1375 $ =	+tx.
QUATUOR (non-membre fournisseur)	☐	x 1575 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (membre fournisseur)	☐	x 395 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (non-membre fournisseur)	☐	x 450 $ =	+tx.
DÉTAILLANT	☐	x 295 $ =	+tx.
COCKTAIL DÎNATOIRE	☐	x 115 $ =	+tx.
MONTANT TOTAL À PAYER			+tx.

*Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront cocktail dans le champ « Nom des joueurs »

QUATUOR
Comprend : 4 droits de golf et 2 voiturettes, 4 dîners et 4 cocktails.

JOUEUR INDIVIDUEL
Comprend : droit de golf et voiturette, dîner et cocktail

MODE DE PAIEMENT

☐ Par chèque ☐ Visa ☐ MasterCard

Nom : _____

N° : _____ Exp : ____/____

Signature :

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à sarchambault@adaq.qc.ca.
Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 13 mai 2022. Aucun remboursement après cette date.
Pour plus d'information : (514) 982-0104, poste 237.

Association des détaillants en alimentation du Québec

MISE EN PLACE DU **RÉGIME INTÉRIMAIRE**

Depuis le 6 avril 2022, tous les établissements doivent appliquer les éléments prévus au nouveau régime intérimaire sur les mécanismes de prévention et de participation des travailleuses et travailleurs.

Informez-vous au **cnesst.gouv.qc.ca/RegimeInterimaire**.

MODERNISATION
DU RÉGIME DE SANTÉ ET
DE SÉCURITÉ DU **TRAVAIL**

CNESST

DC1300-840 (2022-02)

ATE+ Boucherie : un programme en pleine expansion !

172
étudiants diplômés en boucherie

75 %
Taux de diplomation

75 %
d'emplois occupés au terme de la formation

160
nouveaux étudiants potentiels au cours de la prochaine année

Région du Québec couverte par le programme :

Mauricie–Centre-du-Québec | Saguenay–Lac-Saint-Jean | Capitale-Nationale
Bas-Saint-Laurent | Estrie | Montérégie | Lanaudière | Outaouais | Montréal

Pour plus d'informations sur le programme, contactez :

Daniel Choquette
Directeur, Développement des affaires de l'ADA
(514) 262-1691 | dchoquette@adaq.qc.ca

Association des détaillants en alimentation du Québec

IL Y EN A PARTOUT ET POUR TOUS LES GOÛTS

Achetez mes beaux choux !

Ça vient de mes champs !

OMATES

CHOUX

MELON

Comment je fais pour en être sûre ?

Je le sens ?

Parce que moi, je veux avoir les mains pleines d'aliments d'ici.

Bah ! Juste à repérer les logos.

Un : Aliments du Québec.

Deux : Aliments préparés au Québec.

Trois...

...et quatre !

Les mêmes repères en bio.

Ah ! Ben oui, c'est écrit sur le logo !

Mais j'ai dit une main pleine... Ça fait pas cinq !

Il manque encore le pouce, non ?

Le pouce, c'est pour vous dire merci !

C'est simple de même !

SAVIEZ-VOUS QUE

78 % des Québécois affirment vouloir faire plus d'efforts pour choisir des produits locaux*.

72 % des Québécois estiment que les certifications et logos sont le meilleur moyen pour les aider à identifier les produits d'ici**.

LE CONSTAT EST SIMPLE

Meilleure est l'identification des produits locaux, plus grandes sont les probabilités qu'ils se retrouvent dans le panier des consommateurs.

Notre équipe de marchandisage vous aidera à identifier les produits d'ici déjà disponibles sur vos tablettes afin d'en dynamiser le potentiel.

N'ATTENDEZ PLUS, CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE !

marchandisage@alimentsduquebec.com

*Source: Léger – janvier 2021 • **Source: L'étude bleue - Léger (2020)

Grands PRIX CNESST

- LEADER
- PROACTION *Nouvelle catégorie !*
- ÉDUCATION *Nouvelle formule !*

Déposez une candidature en normes du travail, en équité salariale ou en santé et sécurité du travail !

Date limite d'inscription :
20 mai 2022 »»

grandsprixcnesst.com

Les Grandes RENCONTRES

CNESST

TOUS CONNECTÉS POUR LA PRÉVENTION !

Du **31** mai au **16** juin 2022

- 6 conférences en ligne offertes, dont une gratuite
- Rabais de 50 % à l'achat de 3 conférences ou plus

grandesrencontrescnesst.com

DC1300-841 (2022-03)

CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier !*

De retour pour une 7e édition !

Du 8 au 28 août

Les inscriptions débutent le 5 mai

Rendez-vous au
concoursalimentsduquebec.com
pour plus de détails

Association des détaillants en alimentation du Québec

CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier !*

Guide du participant

À qui s'adresse ce guide?

Ce guide du participant servira d'aide-mémoire pour aider les duos qui s'inscrivent dans le cadre du concours. Vous y trouverez les catégories pour cette édition, les différentes étapes à réaliser afin de mettre de l'avant votre produit de la façon la plus efficace possible, ainsi qu'un calendrier des dates importantes à retenir.

Nos quatre catégories en 2022

Pour cette 7e édition, nous avons pris la décision de retirer la catégorie *J'aime les fruits et légumes du Québec* afin de permettre le retour de la catégorie *Grande surface*. Toutefois, nous vous encourageons à participer avec un produit maraîcher de votre région afin d'être admissible dans plusieurs catégories !

1 Commerce de proximité

Cette catégorie regroupe les magasins de moins de 10 000 pi².

2 Grande surface

Cette catégorie représente les magasins de 10 000 pi² et plus.

3 Produit régional

Les participants de cette catégorie doivent présenter un aliment produit ou transformé de la même région administrative que leur commerce.

4 Vote du public

Tous les participants au concours se qualifient à la catégorie *Prix du public*. Pour la troisième année consécutive, les consommateurs sont invités à participer à notre concours en votant pour leur projet de marchandisage favori. De plus, ceux-ci ont la chance de mettre la main sur l'un des cinq prix de 1000 $ de produits alimentaires d'ici.

Avant de s'inscrire

La première étape est de trouver un partenaire avec qui unir vos forces afin de mettre de l'avant l'un de ses produits dans votre établissement. Ce produit doit faire partie des 25 000 produits vérifiés par Aliments du Québec.

IMPORTANT : Si le produit que vous désirez mettre de l'avant n'est pas vérifié Aliments du Québec, celui-ci doit le devenir avant le début du concours, le 8 août 2022. Prendre note qu'il y a un délai de 10 jours afin de procéder à la vérification du produit sélectionné.

Dates importantes

4 mai 2022

Lancement officiel des inscriptions au Château Laurier, à Québec

8 au 28 août 2022

Période de déroulement du concours

29 août 2022

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

12 septembre 2022

Date limite pour nous acheminer le *Bilan des activités*

4 novembre 2022

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

Assurez-vous auprès de votre partenaire que le produit sélectionné sera disponible en quantité suffisante dans les semaines du concours. Lorsque votre partenariat est établi, déterminez la personne responsable du projet dans votre établissement, ainsi que la personne-ressource chez votre partenaire. La personne responsable du projet peut être vous-même ou bien l'un de vos employés.

Inscription

Remplir la fiche d'inscription annexée à ce document et retourner le document dûment complété à Stéfany Archambault (**sarchambault@adaq.qc.ca**).

IMPORTANT : Lorsque vous remplissez le formulaire d'inscription, il est bien important de remplir tous les champs, incluant les coordonnées de l'entreprise partenaire, une description de votre projet et le code CUP à 12 chiffres du produit *.

*Exemple : 987654321098

Avant le début du concours

Une fois l'inscription envoyée à l'équipe de l'ADA, planifiez votre projet avec votre équipe.

Dans le but d'informer vos clients et d'augmenter vos chances dans le vote du public, n'hésitez pas à préparer une stratégie de communication. Cela peut inclure :

- Des publications sur les réseaux sociaux ;
- De l'affichage en magasin ;
- Des petits concours à l'interne ;
- La seule limite : votre créativité !

La fin de semaine avant le début du concours (6 et 7 août), commencez à monter votre espace de marchandisage afin d'être prêt pour la première journée du concours, le lundi 8 août !

Pendant le concours

Dans la première semaine du concours, veuillez faire parvenir des photos de votre installation à l'équipe de l'ADA. Celles-ci se retrouveront sur votre fiche de participant sur le site *www.concoursalimentsduquebec.com*. Si vous n'avez pas terminé la présentation de votre projet dans la fiche d'inscription ou désirez ajouter de nouveaux détails, vous pouvez également nous les faire parvenir. Les vidéos sont aussi acceptées.

Vous pouvez organiser diverses activités pour mettre votre produit en valeur. Par exemple, faire des dégustations, une activité à l'extérieur de votre magasin, etc. N'oubliez pas de nous envoyer des photos de vos activités pour les ajouter à votre fiche !

Après le concours

Une fois le concours terminé, vous recevrez le document *Bilan des activités*. Vous devez remplir ce document et le retourner avant le 12 septembre 2022 à l'équipe de l'ADA pour que votre projet soit valide lors d'évaluation du comité de sélection. Si cela n'était pas déjà fait, il est très important d'inclure des photos de votre projet avec votre bilan, car le jury doit voir celui-ci pour pouvoir faire un choix.

Les finalistes seront annoncés au plus tard au début du mois d'octobre. Si vous êtes finaliste, il est important que vous soyez en mesure de refaire votre installation lorsque notre équipe de production ira prendre des images dans votre commerce. Ces images seront présentées lors de la soirée de remise de prix au congrès de l'ADA le 4 novembre 2022 au Hilton Lac-Leamy, à Gatineau.

Contact

Stéfany Archambault
Chargée de projets, partenariats et événements

sarchambault@adaq.qc.ca

(514) 982-0104, poste 237

NOUVELLES DE

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

GUERRE EN UKRAINE : QUE FONT LES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES EN RUSSIE?

Le 24 février dernier, la Russie a commencé son invasion de l'Ukraine. Malgré l'indignation de la communauté internationale, le Kremlin ne semble pas vouloir revenir en arrière, et ce, malgré la pluie de sanctions économiques contre la Russie.

Depuis le déclenchement de cette guerre, de nombreuses compagnies étrangères se sont retirées ou ont arrêté leurs opérations au pays de Vladimir Poutine, dont Coca-Cola, PepsiCo, McDonald's et Bombardier. C'est également le cas d'Alimentation Couche-Tard, qui a suspendu ses activités en Russie au début du mois de mars. L'exploitant de dépanneurs possède plus d'une trentaine de magasins en Russie sous sa marque Circle K, principalement autour de Saint-Pétersbourg.

Toutefois, certaines entreprises prévoient poursuivre leurs opérations en Russie. C'est notamment le cas d'Auchan, la chaîne de supermarché française. D'après le PDG d'Auchan Retail International, Yves Claude, l'entreprise reste en Russie pour le bien de ses salariés et des clients. De plus, la présence de ses supermarchés « *protège le pouvoir d'achat des habitants* ».

De son côté, la Russie a mis en place des contrôles de capitaux afin d'empêcher les entreprises étrangères qui quittent son territoire de vendre leurs actifs. De plus, Moscou envisage depuis le mois de mars de nationaliser les actifs des entreprises occidentales qui ont quitté la Russie pour aider à stabiliser son effondrement économique.

SI VOUS VOULEZ CONTRIBUER POUR AIDER À LA CRISE HUMANITAIRE EN UKRAINE, VOUS POUVEZ FAIRE UN DON À LA CROIX-ROUGE CANADIENNE EN VOUS RENDANT AU **WWW.CROIXROUGE.CA**.

L'INDUSTRIE

L'INFLATION S'ACCÉLÈRE AU CANADA

Depuis plusieurs mois, l'inflation ne cesse d'augmenter au Canada. Selon Statistique Canada, l'inflation a augmenté de 5,7 % en février 2022, la plus forte hausse depuis plus de 30 ans au pays. Cette hausse se situe au-dessus de 5 % depuis le début de l'année.

C'est le prix de l'essence qui fait augmenter le plus la moyenne de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Cette situation s'explique en partie par l'instabilité des marchés à la suite de l'invasion de l'Ukraine par le régime de Vladimir Poutine. La Russie étant l'un des plus gros exportateurs de pétrole, le prix du baril a augmenté fortement dans les jours suivant l'invasion et l'imposition de sanctions contre le régime russe. Le prix du baril a toutefois redescendu depuis.

Enfin, Statistique Canada estime que l'augmentation des prix en février exerce une pression supplémentaire sur le budget des Canadiens. « Les consommateurs ont payé plus cher pour l'essence et les produits d'épicerie en février 2022 comparativement au même mois l'année précédente. » Depuis février 2021, le prix des aliments achetés en magasin a augmenté de 7,4 %, principalement à cause des prix plus élevés de la viande.

FRITO-LAY NE LIVRAIT PLUS SES PRODUITS CHEZ LOBLAW

En février dernier, *La Presse* rapportait que la compagnie Frito-Lay, qui produit les marques Lay's, Miss Vickie's, Doritos, Cheetos et Tostitos, allait boycotter tous les détaillants de la chaîne Loblaw à cause d'un litige commercial. L'entreprise de croustilles ne livrait plus ses produits aux magasins du groupe Loblaw, dont Provigo, Maxi et Intermarché, car l'enseigne refusait de consentir à des hausses de prix sur ces produits.

Dans une chronique de Sylvain Charlebois, professeur de l'Université Dalhousie, celui-ci affirme que le fournisseur pourrait éviter une partie des pertes en vendant ses produits « directement aux consommateurs en étendant sa flotte de camions pour relier les usines aux acheteurs ».

Ce n'est pas la première fois qu'une entreprise retire un produit des tablettes d'un détaillant. On peut penser à Nutella, à Lay's et à Colgate, qui ont déjà retiré leurs produits d'épiceries européennes sans donner de détail sur leur éventuel retour. Le conflit entre Frito-Lay et Loblaw s'est réglé le 11 avril dernier.

COCA-COLA VISE 25 % D'EMBALLAGES RÉUTILISABLES EN 2030

En début d'année, Coca-Cola s'est engagée à rendre au moins 25 % des contenants de ses boissons réutilisables d'ici 2030. Cette orientation de l'entreprise concerne toutes les boissons de toutes ses marques. En 2020, ce type d'emballage représentait environ 16 % des ventes de Coca-Cola.

Depuis quelques années, ce géant américain de boissons non alcoolisées a déjà pris plusieurs engagements environnementaux. Parmi ceux-ci, il y a la transition vers des emballages recyclables à 100 % d'ici 2025 et l'utilisation de 50 % de matériaux recyclés dans les bouteilles et canettes d'ici 2030.

Cette mesure est bien accueillie par les groupes environnementaux, car elle permettra de réduire considérablement la quantité de bouteilles en plastique à usage unique. Toutefois, ceux-ci attendent de voir des résultats avant de crier victoire, l'entreprise ayant déjà reculé sur diverses promesses dans le passé.

ACTUALITÉS DES TCBQ

GASPÉSIE

L'ACHAT LOCAL EN GASPÉSIE : SIMPLE ET ACCESSIBLE GRÂCE AUX ESPACES GASPÉSIE GOURMANDE

Depuis le printemps 2021, en Gaspésie, un trio de partenaires dynamiques agit de concert pour faciliter la mise en marché des produits du terroir chez les détaillants à grande surface de la région et augmenter le rayonnement des producteurs-transformateurs. L'initiative, alliant synergie logistique et outils visuels promotionnels de qualité, a pour finalité l'installation d'espaces Gaspésie Gourmande en épicerie, un étalage stratégique offrant les produits locaux réunis au même endroit, au plus grand bénéfice des producteurs transformateurs, des acheteurs et des détaillants.

UN SERVICE CLÉS EN MAIN DE COMMANDE DE PRODUITS LOCAUX

Le partenariat gagnant est composé de trois acteurs principaux, en plus de leurs précieux complices épiciers. Il s'agit d'abord de Gaspésie Gourmande, association de plus de 170 membres travaillant depuis maintenant 30 ans à valoriser le secteur bioalimentaire gaspésien. L'organisation sensibilise et informe les consommateurs des différents projets de concertation, de promotion et de commercialisation. Servab, pour sa part, est un distributeur de produits alimentaires, sanitaires et d'emballage destinés aux entreprises œuvrant dans le secteur bioalimentaire (poissonneries, restaurants, épiceries, hôtels, institutions...) de la Gaspésie et du nord du Nouveau-Brunswick. Pour compléter finement l'équipe, un partenaire de choix qui désire faire découvrir toute la richesse et la beauté de la culture culinaire gaspésienne, l'entreprise Croquez la Gaspésie, propulsée par Yannick Ouellet, chef gaspésien connu et réputé pour sa mise en valeur des produits régionaux.

Résultant de l'excellente connaissance qu'ont Servab et Croquez la Gaspésie de la qualité des produits gaspésiens, jumelée à la volonté de Gaspésie Gourmande de promouvoir et de rendre davantage disponible ces produits, les espaces Gaspésie Gourmande apparaissent depuis le printemps 2021 dans les commerces de détail à grande surface membres. Ce partenariat naturel entre la marque réputée et les deux spécialistes des rouages de la prise de commandes, de la logistique, de la distribution des produits et de la gestion d'inventaire, vise à fournir un service clés en main aux gestionnaires de marchés d'alimentation.

CENTRALISATION DES COMMANDES ET SÉLECTION DE PRODUITS

Avec un processus de commandes simplifié, les commerces de détail à grande surface membres qui le désirent peuvent désormais faire affaire avec l'équipe de Croquez la Gaspésie, qui leur offre une sélection de près de 200 produits d'une vingtaine de membres producteurs ou transformateurs de Gaspésie Gourmande. Chaque commande est livrée en une seule fois, et ce, sans frais de livraison pour le détaillant. « *C'est un véritable plaisir pour moi de partager, avec tous les détaillants d'ici, 25 ans de relations d'affaires et d'amitiés sincères avec les producteurs agroalimentaires de la Gaspésie,* » affirme Yannick Ouellet, fondateur de Croquez la Gaspésie.

Ce nouveau service clés en main est déployé sur toute la péninsule gaspésienne grâce à Servab : « *Cette initiative est des plus structurantes : elle permet aux détaillants à grande surface, avec qui nous travaillons depuis de nombreuses années déjà, de diversifier l'offre de produits proposés aux consommateurs et elle contribue à augmenter le nombre de points de vente des producteurs-transformateurs* » mentionne Gilbert Berthelot, propriétaire de Servab. L'habillage visuel des espaces Gaspésie Gourmande, qui nécessite au minimum deux visites en épicerie afin de planifier les besoins puis d'installer les outils de promotion, est quant à lui entièrement assuré par Gaspésie Gourmande.

DÉPLOIEMENT SUR TOUT LE TERRITOIRE GASPÉSIEN AU SEIN DES ÉPICERIES À GRANDE SURFACE

Deux premiers espaces Gaspésie Gourmande ont vu le jour au printemps dernier au Marché Richelieu (Marché Nicolas) de Cap-d'Espoir et au Marché Viens Metro de Carleton-sur-Mer. Les propriétaires respectifs, Dominic Nicolas et Steve Allard, ont saisi avec enthousiasme cette opportunité de mettre en valeur des produits d'ici au sein de leur commerce. Suivaient, en juillet, l'Épicerie Lemieux (Grande-Vallée) et l'Association coopérative de consommation (Percé). Cinq autres espaces Gaspésie Gourmande ont ensuite vu le jour à l'automne : IGA Marché Arbour-LeBlanc (New Richmond et Paspébiac), Magasin Coop IGA (Bonaventure), IGA (Grande-Rivière et Chandler). Le dernier espace Gaspésie Gourmande, installé en mars 2022, est celui du Magasin Coop IGA de Maria. D'autres s'ajouteront bientôt, c'est le cas du Marché IGA Cronier (Gaspé). La complémentarité entre Gaspésie Gourmande, reconnue depuis 30 ans pour son savoir-faire à promouvoir efficacement et avec créativité les produits bioalimentaires d'ici, et les deux entreprises privées membres de son organisation, Croquez la Gaspésie et Servab, assure un partenariat des plus productifs.

LES ÉPICERIES FINES DE LA GASPÉSIE, D'AUTRES POINTS DE VENTE PRIVILÉGIÉS

Les commerces de détail à plus petite surface membres de Gaspésie Gourmande sont depuis longtemps des lieux privilégiés pour la vente des produits gaspésiens. Ils ont été nombreux à afficher leur appartenance à la marque et à utiliser les nouveaux outils promotionnels rendus disponibles au printemps dernier. « *Nous relancerons bientôt tous nos membres commerces de détail qui opèrent de plus petites superficies afin de vérifier leur intérêt à utiliser davantage nos outils promotionnels et mettre encore plus en valeur la grande variété de produits Gaspésie Gourmande offerts à leur clientèle!* », souligne Johanne Michaud, directrice générale de Gaspésie Gourmande. Et qui sait! Ils souhaiteront peut-être aussi utiliser le service de distribution clés en main mis en place par Gaspésie Gourmande, Croquez la Gaspésie et Servab.

Source, information et demandes d'entrevues :

Johanne Michaud
Directrice générale
(418) 392-6404, poste 219
johanne@gaspesiegourmande.com

TCBQ

À PROPOS

Depuis plus de 25 ans, les **Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ)** ont pour mission d'animer et de coordonner les efforts des différents acteurs du milieu afin d'assurer le développement du secteur bioalimentaire et de promouvoir l'achat local. Au service des entreprises et de leurs partenaires, elles sont ancrées dans leur milieu respectif dans 11 régions et territoires du Québec. Rappelons que plus de 1600 entreprises adhèrent aux identifiants régionaux portés par les TCBQ et les autres organismes de concertation et de promotion des aliments, dont des producteurs, des transformateurs, des restaurants ainsi que des commerces de détail.

TCBQ
Tables de concertation bioalimentaire du Québec

Autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

POUR TOUS VOS BESOINS, LES MEILLEURES SOLUTIONS

BOSTON 6

CO2 SYSTÈME

LACOLLE

PL05-2-LS

arneg CANADA

arneg WORLD

arneg SYSTÈMES

18 rue Richelieu, Lacolle, QC J0J 1J0
450.246.3837 • 1.800.363.3439
www.arneg.ca
sclement@arnegdml.com