

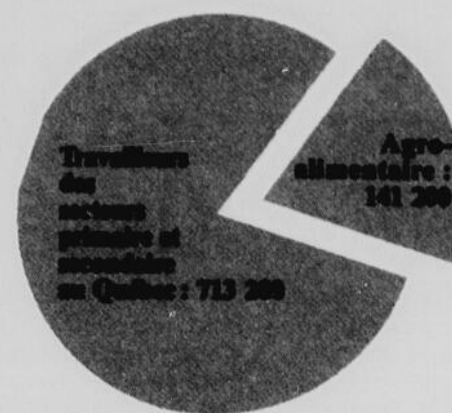
CAHIER SPÉCIAL

Le No 1 de la finance et de l'économie au Québec

LES AFFAIRES

Montréal, samedi 22 août 1987

12 pages



En 1986, l'industrie agro-alimentaire embauchait 20 % de la main-d'oeuvre québécoise des secteurs primaire et secondaire.

L'AGRO-ALIMENTAIRE

La saison de la récolte

- Le Québec vient de doubler l'Alberta comme deuxième région agricole du Canada, derrière l'Ontario;
- le revenu net des agriculteurs a fracassé le milliard, à une vitesse folle: 12% de croissance en 1986 par rapport à l'année précédente;
- la production industrielle est à peu près stable à 11,05 milliards de dollars, mais les ventes au détail ont progressé de 9,8 % pour atteindre 9,5 milliards de dollars et les exportations ont fait un bond en avant de 13 % à 1,3 milliard de dollars;
- les Québécois et leurs hôtes ont consommé pour 3,1 milliards de dollars dans l'industrie de la restauration.

Un secteur en mutation

L'industrie agro-alimentaire en est une aux traditions séculaires à l'abri des grands chambardements technologiques. Faux ! Une patate est une patate dira-t-on, mais plus pour bien longtemps: patate biologique, patate irradiée, patate de serre et patati et patata, la technologie et les goûts particuliers des yuppies-consommateurs se chargent de secouer les habitudes.

Le positionnement des géants de la distribution devient de plus en plus clair. Les cartes sont jetées. **Provigo** reste bon premier, mais on joue encore du coude pour le deuxième carreau.

Prudence d'épicier: on ne met pas tous ses oeufs dans le même panier. La diversification des intervenants se poursuit, mais on a rationalisé les objectifs. **Provigo** s'est délesté des affiliés qui s'éloignaient trop de sa mission de distributeur.

Entretiens, le consommateur québécois, qui consacre 20 % de son revenu à son alimentation, fait la fine gueule. Il favorise les commerces spécialisés, à la mode européenne. Ceux-ci rongent la part de marché des gros mais ces derniers réagissent.

Dans le secteur de la transformation, depuis la première mise en conserve, développée par le pâtissier parisien Appert pour approvisionner les troupes napoléoniennes, rien n'a semblé aussi révolutionnaire que la nouvelle technologie de l'irradiation.

Ses partisans assurent qu'elle ne représente aucun danger pour la santé. Mais les consommateurs et les environmentalistes semblent pour le moment plongés dans le doute.

Dans le secteur de la production, les agriculteurs semblent bien loin des consommateurs et tardent à s'adapter aux goûts du jour. Entre le granola et le *steamé*, les Québécois font des choix en se souciant davantage de leur santé. Mais les agriculteurs persistent à faire grand usage de produits chimiques.

Certaines adaptations sont cependant forcées. Les producteurs de betteraves à sucre ont perdu leur seul client, la raffinerie de sucre de Saint-Hilaire, privatisée à mort l'an dernier.

En face d'eux, de l'autre côté du Saint-Laurent, les producteurs de tabac de Lanaudière ont été durement frappés par le cancer qui ronge leur industrie. Certains producteurs ont su faire face à la situation, d'autres ont mal encaissé.

NORMAND SAINT-HILAIRE

L'énergie atomique dans les assiettes des consommateurs canadiens

L'irradiation des légumes et des viandes sera bientôt utilisée à des fins commerciales

■ L'irradiation des aliments sera bientôt une réalité de tous les jours pour les consommateurs canadiens. Du moins, ce sera le cas s'il n'en tient qu'au Dr. Marcel Gagnon, directeur du Centre de recherches en sciences appliquées à l'alimentation (CRESALA) de l'Institut Armand-Frappier, (IAF).

Par le biais du CRESALA, l'Institut Armand-Frappier s'est associé à la Société Radiochimique d'Énergie Atomique du Canada (AECL-SRC) pour la mise sur pied du Centre d'irradiation du Canada (CIC) qui a ouvert ses portes à Laval au mois de mai dernier.

L'objectif du CIC est de développer et promouvoir la technologie canadienne du traitement par rayonnement (irradiation). Le centre procédera à la recherche appliquée. On y procédera également à la formation de personnel préposé à l'irradiation, pour répondre à la fois aux besoins dans le secteur de la fonction publique et dans celui de l'entreprise privée.

Les spécialistes y feront des démonstrations opéra-

tionnelles et scientifiques, la mise au point de normes et de procédés de traitement ainsi que la vérification des produits et leur acceptation.

Le CIC participe aussi à des efforts internationaux en vue de normaliser les professions reliées à l'irradiation. « L'objectif est d'établir des normes internationales de qualification et de formation pour les professionnels, les techniciens et les chercheurs appelés à travailler à l'irradiation des aliments », explique le Dr. Gagnon.

Plus d'une vingtaine de pays approuvent ou utilisent l'irradiation de certains produits alimentaires. Le Canada n'autorise présentement l'irradiation que pour certains aliments: pommes de terre, épices et assaisonnements secs, oignons, blé et farines de blé. Les recherches effectuées au CIC permettront d'étendre les autorisations à d'autres produits.

Dès que son irradiateur sera opérationnel, le CIC procédera à des essais à l'échelle commerciale sur l'irradiation des viandes de volaille de façon à déterminer les normes qui se-

ront éventuellement imposées à l'industrie alimentaire.

« Nous allons débiter avec le poulet, explique le Dr. Gagnon. Plusieurs études ont déjà été réalisées sur la salmonelle du poulet; il ne nous reste qu'à déterminer les normes d'irradiation, le dosage et ainsi de suite. »

Le Dr. Gagnon est catégorique: l'irradiation des aliments ne comporte aucun danger pour la santé. « La nourriture irradiée ne devient pas radioactive. C'est de la nourriture qui a été exposée à de faibles doses de radiations pour en prolonger la période de préservation et éliminer certains risques d'empoisonnement alimentaire ».

Question de dosage

Selon les dosages appliqués, l'irradiation permet de pasteuriser, stériliser ou désinfecter les aliments. La pasteurisation permet de réduire le nombre de micro-organismes présents dans un aliment sans le détruire tous. Elle prolonge ainsi la durée de conservation et limite les risques d'empoisonnement alimentaire dû à certaines bactéries comme la salmo-



Dès que son irradiateur sera opérationnel, le CIC procédera à des essais à l'échelle commerciale sur l'irradiation des viandes de volaille de façon à déterminer les normes qui seront éventuellement imposées à l'industrie alimentaire.

nelle du poulet. Mais comme toutes les bactéries ne sont pas détruites, la durée de conservation du produit, bien qu'accrue, demeure limitée.

La stérilisation permet la destruction de tout organisme vivant présent dans l'aliment. Stérilisés par irradiation et emballés hermétiquement, les aliments peuvent être conservés indéfiniment à la température de la pièce.

La stérilisation exige une exposition prolongée aux radiations, ce qui peut entraîner une certaine modification du goût des aliments. Cette altération peut être évitée en combinant l'irradiation à d'autres moyens de préservation, comme la congélation. Malgré cela, la stérilisation n'est pas applicable à certains aliments comme le lait et les produits laitiers, qui perdent de leur saveur et de leurs qualités.

Autre type de traitement, la désinfection n'exige que des doses réduites de radiation. Elle permet de détruire les insectes et parasites comme la trichine du porc. « Cette application de l'irradiation permettrait d'éliminer

l'utilisation de gaz cancérogènes présentement utilisés pour la fumigation de certains aliments », affirme le Dr. Gagnon.

Cobalt-60 au menu

Le procédé d'irradiation est assez simple. Les aliments pré-emballés sont soumis à des radiations émises par des barres de cobalt-60. Assez puissantes pour détruire les organismes vivants (bactéries ou parasites) présents dans les aliments, ces radiations sont trop faibles pour modifier la structure moléculaire du produit irradié.

Une bonne partie des travaux de recherche qui seront entrepris au CIC serviront à déterminer les dosages requis pour détruire certains types d'organismes sans affecter le goût ou la qualité des aliments.

« L'irradiation n'est pas une panacée à tous les maux de la conservation des aliments, insiste le Dr. Gagnon. Elle ne permet pas de détruire tous les éléments contribuant à nuire à la conservation des aliments. Dans certains cas elle gagne grandement à

être jumelée à des techniques de conservation plus traditionnelles ».

Le Centre entreprendra des recherches sur les techniques complémentaires à l'irradiation: congélation, séchage, etc. « En précongelant le produit à irradier, explique le Dr. Gagnon, on lui donne une durée de conservation presque illimitée, sans réfrigération ou congélation ultérieure pourvu que l'emballage ne soit pas abimé, ce qui permettrait évidemment à de nouveaux organismes d'atteindre les aliments ».

Coûts d'installation

Les coûts d'installation d'un irradiateur varient en fonction des besoins de l'utilisateur. Un irradiateur semblable à celui du CIC coûte 1,3 millions de dollars, plus 500 000 \$ pour un bâtiment étanche en béton et 400 000 \$ pour 250 000 curies de cobalt-60. Ces coûts n'incluent pas de laboratoire de recherche ou de contrôle de la qualité.

HENRI THIBODEAU

Les Trois Arches
1976 10 1986
RESTAURANT FRANÇAIS

PRIX D'EXCELLENCE

Une somptueuse demeure où la gastronomie française fait le délice des gourmets

Situé à 20 minutes du centre-ville
10 Salles pour séminaires, réunions
conventions & banquets
pouvant accommoder de 10 à 300 personnes

11,131 Boul. Guin Ouest, Tél.: 683-8200

À LA DEMANDE GÉNÉRALE!

Agrinove

Cooperative Agro alimentaire

Après la France, la cuisson sous vide peut envahir le marché nord-américain

La révolution technologique vient de faire une autre victime dans le monde de l'alimentation. Cette fois-ci, toute la cuisine française est secouée par le phénomène de la cuisson sous vide. La cuisine nord-américaine pourrait l'être à son tour dans la foulée des succès européens.

Déjà désignée comme la cuisine de l'an 2000, la cuisson sous vide a pour concepteur Georges Pralus, chef cuisinier de grande réputation, qui a ouvert tout récemment une quatrième école spécialisée en France. Pour donner un aperçu de la nouvelle vague, les écoles Pralus ont offert, en quelques mois seulement, des stages à plus de 700 personnes, dont un bon nombre de grands chefs cuisiniers étrangers.

Le mode de cuisson

Mais qu'en est-il de ce nouveau mode culinaire? À la fois simple et complexe, la cuisson sous vide fait appel à trois grands principes: un art culinaire développé, une technologie relativement simple et une hygiène à toute épreuve.

En fait, la création d'un laboratoire de cuisson sous vide n'exige que des

matériels simples:

- une machine à faire le vide, c'est-à-dire à emballer sous vide total;
- un four à vapeur humide ou une marmite à thermostat (bain-marie) pour la cuisson;
- une cellule de refroidissement rapide (dès la cuisson terminée);
- une chambre froide pour conserver les préparations entre 0 et 3 degrés Celsius;
- des sachets en plastique étudiés pour le vide.

Cette simplicité de mise en place demande par ailleurs un choix d'aliments de première qualité, un respect hygiénique de la matière première et une combinaison étudiée du procédé de préparation. La technologie simple prend alors des allures rituelles!

Les avantages

Les avantages sont évidemment nombreux: fraîcheur des produits conservés; maîtrise dans la gestion des matières premières; pertes réduites au minimum en évaporation

ou dessèchement et diminution des coûts de production. Il n'en faut pas plus pour que s'amorce le combat des grands.

À titre d'exemple, la Société de restauration Flunch, qui sert 100 000 repas chaque jour, a inauguré en avril 1986 de nouvelles installations spécialisées dans la préparation de repas sous vide. Son plus grand rival, le géant Casino, qui distribue 40 millions de repas par année, est également dans la course tout comme le Groupe William Serin, Intermarché, Les Grands moulins de Paris et le Groupe Accor.

Le marché

Pour ces grandes entreprises européennes, le marché est intéressant à plus d'un point de vue car les clientèles potentielles sont nombreuses. Il y a d'abord les restaurateurs et les hôteliers, qui demandent sans cesse de meilleurs produits. Ensuite, il y a les voyageurs (avions, trains, bateaux)

qui demandent à cors et à cris un minimum de respect alimentaire. Et enfin, la clientèle des supermarchés qui exige elle aussi du frais et du vrai.

Tout cela s'additionne. La demande peut se chiffrer à plus d'un milliard de repas par année pour les pays occidentaux.

Mais la cuisson sous vide ne veut pas nécessairement dire production en série. Elle peut être raffinée et même associée à la cuisson marginale.

C'est d'ailleurs ce qui fait dire aux plus grands chefs français (revue Hôtellerie, édition française, avril 1986): « la cuisson sous vide est une technique fabuleuse qui respecte les matériaux et concentre les arômes ». Autres avantages à considérer: la cuisson sous vide préserve les qualités organolytiques, favorisant une concentration des arômes qui accentue la saveur naturelle. En conséquence, les matières grasses et les épices sont réduites au minimum, ce

qui permet une cuisine légère, plus digeste et parfaitement diététique.

Les contraintes

Le procédé sous vide comporte aussi des contraintes qu'il est nécessaire de connaître et de contrôler. En premier lieu, il ne faut utiliser que des produits de première fraîcheur et de première qualité.

Ensuite, il faut se conformer aux règles d'hygiène bactériologique. Notamment: refroidir en cellule après cuisson, conserver les produits au froid et réchauffer les préparations à 65 degrés Celsius en moins d'une heure.

Autre contrainte: la cuisson sous vide vient à peine de franchir l'étape du développement et de la commercialisation. Il reste maintenant à diversifier les produits à mettre sous vide, ce qui n'est pas une mince tâche.

Mais en Europe, on parle déjà de 700 recettes

sous vide adaptées aux légumes, fruits, poissons, coquillages, crustacés, viandes blanches et rouges, volailles, gibier, pâtisseries.

En Amérique

En Amérique, toutefois, la cuisson sous vide est encore méconnue. Ni les entreprises américaines, ni celles du Canada n'ont développé, ou même expérimenté, cette nouvelle façon de faire. Pourtant, le New York Times a salué l'initiative française en termes fort élogieux.

Ici au Québec, où la clientèle a des souches européennes plus fortes, la cuisson sous vide pourrait connaître un grand succès. En attendant, Sopexa (Canada), l'Office français de l'alimentation situé à Montréal, est le seul organisme qui possède l'information nécessaire pour... un développement futur!

PAUL-A.
GIRARD



MARCHÉS D'ALIMENTATION ET DÉPANNEURS

offre une gamme de bannières en alimentation, pouvant accéder à vos désirs...

Marchés



Alimentations



Dépanneurs



Vous pouvez obtenir plus de renseignements en communiquant avec l'un de nos grossistes - membres suivants:

ALEXANDRE GAUDET LTÉE
Siège social: Aston Jonction
M. Jules Babineau (819) 225-4621

ALIGRO INC.
Siège social - Thetford Mines
M. Gerald Grenier (418) 338-4547

J.L. DUVAL LTÉE
Siège social -
St-Aubert, Comté L'Islet
M. Yves Leduc (418) 598-3371

LEGAULT & MASSE LTÉE
Siège social - Montréal
M. André Hamel (514) 354-3210

NOVAGRO INC.
Siège social St-Jerôme
M. Yvon Charpentier
(800) 363-3690

PLUS DE 650 DÉTAILLANTS ARBORENT DÉJÀ L'UNE DES BANNIÈRES "SERVI"



Un ensemble au Québec de plus de 12 entrepôts majeurs et de 23 libre-services à votre disposition.

Autres renseignements: Centrale "SERVI" - Montréal
Gilles Lapointe (514) 381-6227

Culinar...
un chef de file en alimentation



La production agricole a du mal à s'adapter à la nouvelle demande des consommateurs. Les fabricants de produits alimentaires qui veulent répondre aux attentes des consommateurs attentifs à leur santé trouvent difficilement à se fournir en matière première adéquate.

Pourtant, les plus importants d'entre eux comme **McCain, Catelli, Nestlé** et d'autres mettent sur le marché de plus en plus de produits contenant une haute teneur nutritionnelle et absents d'additifs.

Ces efforts sont annulés, dit **Danielle Médina**,

Selon **Danielle Médina**, présidente du Groupe Médina

La production agricole s'adapte mal aux nouveaux besoins des consommateurs

na, présidente du **Groupe Médina** et diététicienne, par une production agricole qui n'a pas encore su se mettre au goût du jour. La majorité des producteurs utilisent encore abondamment les pesticides, par exemple, même si leur usage, souligne Mme Médina, n'ajoute rien à la

rentabilité des récoltes. Les engrais chimiques continuent de polluer les produits de la terre.

La demande des consommateurs

Quelles sont les attentes des nouveaux consommateurs? D'abord, ils sont

bien informés des recherches médicales indiquant que les maladies du cœur et le cancer, entre autres, trouvent souvent leurs causes dans la mauvaise alimentation.

Ils évitent donc une alimentation trop lourde en gras, en sucres et en sodium. Ils recherchent les

aliments sans additif de conservation. Ils préfèrent, par exemple, le poulet de grain, même s'il est plus cher, au poulet engraisé de produits chimiques. Les fruits et légumes frais sont plus populaires que jamais.

Le service des relations avec les consommateurs de **Métro-Richelieu** note que la consommation de viande de boeuf a diminué de 13,6 kilogrammes par Canadien de 1976 à 1985. « La portion de boeuf dans l'assiette est passée de 7,4 onces à 4,8 ».

Les viandes toutes catégories ont connu une baisse de 2,7 kilogrammes par habitant. Les fruits frais, pour leur part, sont passés de 35,5 kg par habitant à 40 entre 1963 et 1982. Les légumes ont connu une augmentation encore plus importante: de 49,7 kg à 67. Les produits frais, surtout, ont accusé la hausse (verdures, champignons, courgettes, brocoli).

Les marchés d'alimentation consacrent un plus

grand espace d'étalage pour rejoindre ce nouveau consommateur et concurrencer les boutiques spécialisées en produits naturels ou autres.

Ces produits coûtent plus cher. Mais, selon **Danielle Médina**, si les producteurs, les fabricants et les distributeurs les offrent plus massivement, la hausse de la demande réduirait leur coût.

Mme Médina déplore l'inaction des pouvoirs publics à cet égard. Leurs initiatives sont encore mal coordonnées. Les programmes d'éducation manquent d'efficacité malgré les efforts de diverses institutions d'enseignement en agronomie, comme celles de St-Hyacinthe et de Victoriaville, pour offrir des cours visant à recycler la production agricole.

**CLAUDE
PICHÉ**

Le **Groupe Médina** a été fondé il y a cinq ans par **Danielle Médina**, diététicienne, à partir d'une petite compagnie de consultation nutritionnelle auprès des cadres d'entreprises.

Son chiffre d'affaires frôle maintenant le 1,5 M\$ et vogue, selon sa présidente, vers les 4 M\$ d'ici deux ans.

L'entreprise du début s'est transformée en compagnie de production de repas équilibrée pour les institutions (hôpitaux, cafétérias d'entreprises, écoles, etc.) et de conception de logiciels d'évaluation nutritionnelle.

La fonction conseil s'est

Le Groupe Médina

doublée d'un service d'analyse de recettes visant les fabricants de produits alimentaires qui recherchent le sceau d'approbation du Groupe.

Les projets

Le Groupe vient de conclure une entente avec **Air Canada** pour le marketing auprès des compagnies aériennes du logiciel de repas « légers » pour les vols en classe « affaires » et **Unisys** pour la production des logiciels.

La banque de données sur les aliments est pro-

duite au sein même du Groupe et mise à jour tous les six mois par les diététistes internes et les diététistes-conseils qui en supervisent la recherche.

Quatre logiciels sont produits au cours du présent exercice: l'analyseur de recette, le programme industriel, le programme de nutrition sportive et le programme médical.

Plus d'un quart de million de dollars a été consacré à la recherche et au développement au cours du premier trimestre de 1987.

Le concept Médina est reconnu par un comité consultatif formé de représentants gouvernementaux et universitaires. Il a l'appui de corporations professionnelles comme la **Corporation professionnelle des diététistes du Québec**, le **Coaching Association of Canada**, le **Sports Medicine Council of Canada**, entre autres.

Le concept permet d'établir les caractéristiques d'aliments avec minimums et maximums pour douze critères nutritionnels allant des calories au gras polyinsaturé, en passant par le cholestérol, le sodium, les fibres et les protéines.

Cours télévisés - Automne 1987



Université de Montréal
Faculté des arts et des sciences
Département de communication



André A. Lafrance
Professeur

Pour profiter pleinement de l'ensemble pédagogique de la 6e session du cours télévisé:

"Communication et organisation" (COM 3670D - 3 crédits)

Inscrivez-vous dès maintenant pour recevoir:

- horaire
- plan de cours
- cas-type 1
- cas-type 2
- citations et références
- modalités d'évaluation



Université de Montréal
Faculté de l'éducation permanente



Jacques Dorion
Professeur

Inscrivez-vous dès maintenant pour recevoir les documents pédagogiques d'accompagnement pour cette nouvelle version du cours télévisé:

"Choix et utilisation des médias" (PBT 3210 - 3 crédits)

Modèles et processus de communication de masse. Rôle et efficacité des supports publicitaires. Temps et espace. Notions de support publicitaire dans l'évaluation d'une campagne.

Pour obtenir un dépliant/formulaire d'inscription:
(514) 343-7740

Projet écologique: les Serres bio-solaire

Sus aux produits chimiques dans les Cantons de l'est

Un groupe d'écologistes de Ham-Nord, dans les Cantons de l'est, lance le premier projet de culture biologique sous serre de verre sur une grande échelle au Québec.

Selon **M. Daniel Vachon**, président de **les Serres bio-solaire inc.**, une société en commandite qui vient d'émettre un prospectus d'appel public à l'épargne, la demande de légumes cultivés sans additifs chimiques au Québec s'élève à 39 millions de dollars cette année, tandis que l'offre ne représente que 20 millions de dollars. **M. Vachon** soutient de plus que cette demande double à chaque année.

Vaut mieux partir à neuf

Il est très difficile de convertir une terre agricole exploitée selon les méthodes modernes - c'est-à-dire à l'aide d'engrais et d'insecticides chimiques - en terre biologique estime **M. Vachon**. C'est pourquoi l'offre de produits biologiques ne répond pas à la demande, même si les prix des légumes certifiés de cette qualité sont de 30 % supérieurs aux prix des produits courants.

Pour obtenir la reconnaissance officielle du **Mouvement pour l'agriculture biologique (MAB)**, un cultivateur doit s'être abstenu de recourir aux additifs chimiques depuis trois ou cinq ans, selon les circonstances. « C'est donc tout l'écosystème de la région qu'il faut rebâtir, dit **M. Vachon**. L'abandon d'insecticides du jour au lendemain crée un déséquilibre dans l'équilibre naturel d'une région, une situation qui ne peut se rétablir qu'avec le temps. »

Le projet Bio-solaire consiste à construire et mettre en service un complexe de serres légumières d'une superficie de 10 080 mètres carrés, soit environ un hectare. À ce complexe sera annexé un bâtiment de service devant abriter diverses installations de contrôle, des chambres réfrigérées, une salle de semis et des espaces pour les employés. On y produira des tomates, des concombres, de la laitue, des poivrons verts et des haricots.

Mission scientifique

Le mandat des com-

mandités ne se limitera pas à la simple production. Ils devront mener des activités de recherche, pour lesquelles l'Université Laval se montre d'ailleurs déjà intéressée à collaborer, explique la relationniste du groupe, **Christiane Duval**.

Dans l'éventualité où l'expérimentation ainsi que les résultats de recherche de cette première tentative s'avèraient concluants, d'autres unités de production semblables - jusqu'à 21 - seraient rajoutées.

Attendu le caractère de l'entreprise, le cumul des exemptions fiscales pour dépenses agricoles et activités de recherche produit une exemption d'impôt de 4 204 \$ pour un investissement de 5 000 \$, à un taux d'imposition de 50 %. Toutefois, l'émission de capital étant fort limitée - on ne percevra que 1,8 M\$ - le marché secondaire pour ces titres risque d'être plutôt limité. L'intérêt du placement, de l'avis même des promoteurs, est d'abord fiscal.

NORMAND

SAINT-HILAIRE

SANIMAL

LE GROUPE SANIMAL INDUSTRIES INC. ASSURE L'EXPLOITATION DE DIVERSES USINES-FONDOIRS DONT ALEX COUTURE INC. ET INDUSTRIES FONDREX INC., DE QUÉBEC, ET LOMEX INC., DE MONTRÉAL.

■ UN SECTEUR CLÉ DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

Sanimal Industries inc. récupère les sous-produits animaux et les traite par déshydratation au profit de nombreuses industries alimentaires et chimiques.

■ UN RECYCLAGE QUASI TOTAL

L'acier n'est recyclé qu'à 50%, le papier qu'à 15% et le verre qu'à 3%. Le recyclage fait par les récupérateurs-fondeurs touche près de 100% des sous-produits animaux.

■ UNE INDUSTRIE INVISIBLE

Les Québécois ne consomment directement à des fins alimentaires qu'une proportion de 50% de chaque animal soumis à l'abattage.

■ L'AUTRE 50%

Il est acheminé vers des usines-fondoirs. Chaque année au Québec, près d'un milliard de livres de sous-produits animaux y sont traités.

■ NOS SERVICES SANITAIRES SONT DONC ESSENTIELS

Sanimal évite à la société le risque d'être confrontée à la contamination qui pourrait résulter du pourrissement sur place de ces déchets.

■ PLUS DE 400 EMPLOIS DIRECTS

Compétence de nos employés et technologie de pointe font que nos usines se classent parmi les plus modernes au monde. Elles font de Sanimal un chef de file au rôle essentiel dans la chaîne de l'agro-alimentation au Québec.

■ SERVICE ÉCOLOGIQUE PONCTUEL

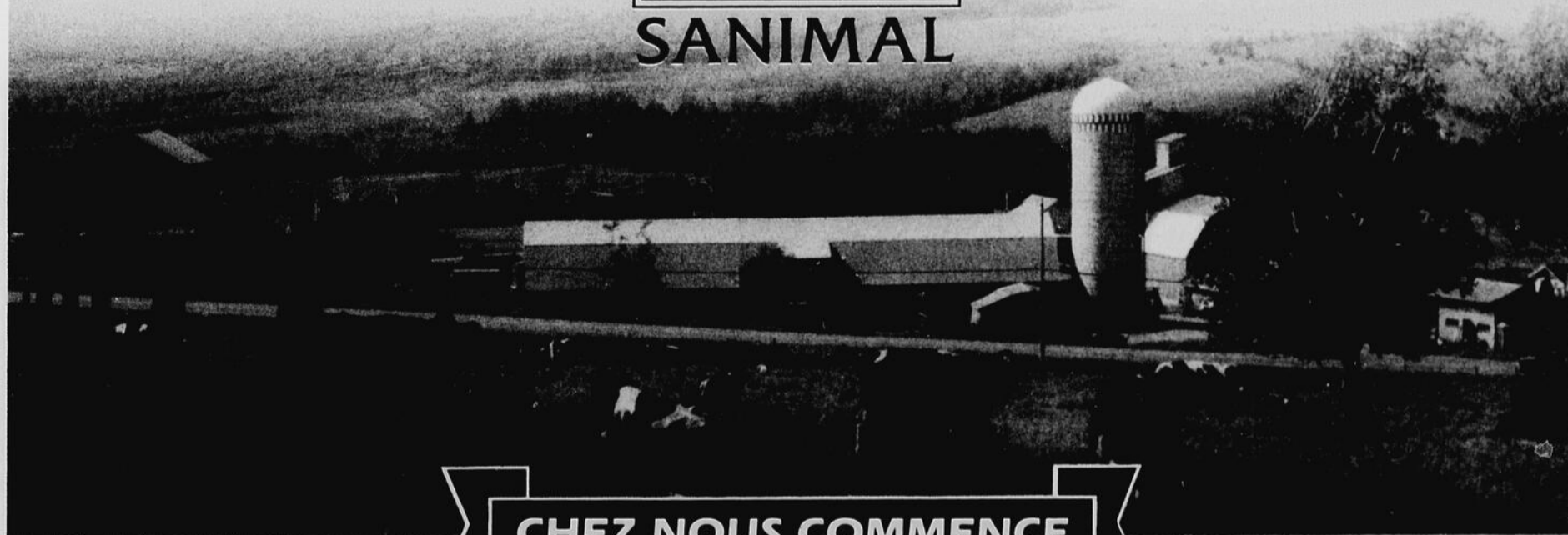
Chaque année de Sept-Îles à Ottawa, notre flotte de 225 camions, à laquelle s'ajoutent ceux de récupérateurs indépendants, parcourent plus de 9 millions de kilomètres pour fins de récupération.

■ NOTRE PRODUCTION

70% de celle-ci retourne dans le domaine de l'agro-alimentaire sous forme de farines animales protéinées et de graisses animales raffinées. **30% EST EXPORTÉ DANS DIFFÉRENTS PAYS À TRAVERS LE MONDE.**



SANIMAL

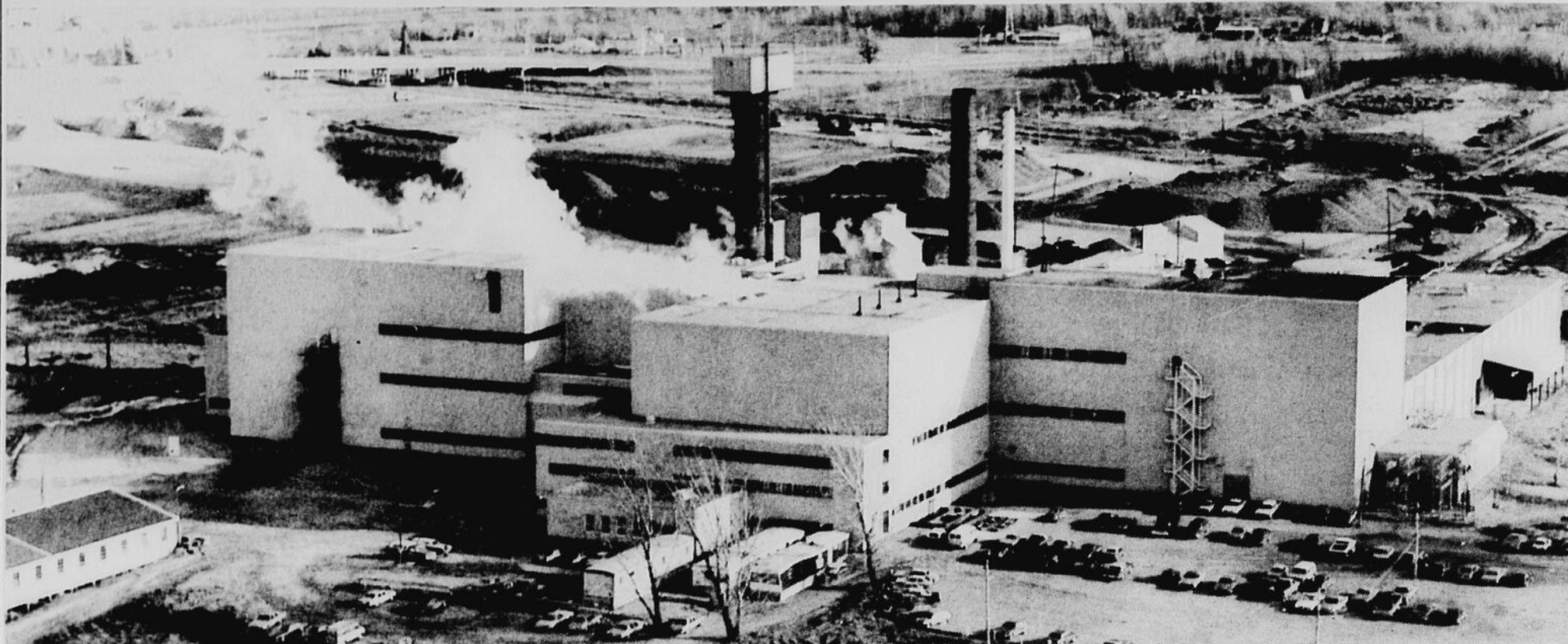


**CHEZ NOUS COMMENCE
LE CYCLE ÉCOLOGIQUE**

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS: 1-800-463-4577

Sucre Lantic a mis en vente les équipements

La vocation future du site de la raffinerie de Saint-Hilaire demeure encore incertaine



L'ancienne raffinerie de sucre de Saint-Hilaire, dont les équipements sont mis en vente.

■ S'apprêtant à reprendre possession du vaste terrain et des bâtiments de la Raffinerie de sucre de Saint-Hilaire, Québec ne sait toujours qu'en faire.

Lors de la privatisation au profit de **Sucre Lantic** l'an dernier, le **Gouvernement du Québec** s'était gardé une option de reprise de possession du terrain et des bâtiments pour une somme symbolique de un

dollar. Le titulaire du **ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)**, **Michel Pagé**, doit exercer cette option avant le 18 septembre 1987, date anniversaire de la transaction.

L'édifice de 237 700 pieds carrés est situé au milieu d'un terrain de 8,9 millions de pieds carrés, qui n'est occupé qu'au tiers. L'évaluation foncière municipale est de

l'ordre de 15 M\$ pour l'édifice et 3 M\$ pour le terrain.

Comité de relance

Un « Comité de relance » parrainé par la **Société québécoise d'initiative agro-alimentaire (SOQUIA)**, tente depuis dix mois d'intéresser d'éventuels investisseurs pour les bâtiments et le terrain de la Raffinerie de sucre. Le comité regroupe des repré-

sentants du ministère de l'Agriculture, du **ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC)** et de **Soquia**.

« Un de nos objectifs est d'attirer des industries créatrices d'emplois. Le site pourrait même accueillir un projet d'une autre industrie que l'agro-alimentaire » a indiqué aux **AFFAIRES** le directeur du Comité, **Jean-Marc Billy**, aussi président de **Bio-Agral**, la filiale bio-tech-

nologique de **Soquia**.

Cependant, poursuit-il, « les gens de la région nous ont indiqué qu'ils préféreraient à nouveau une utilisation agro-alimentaire. De plus, la proximité de quartiers résidentiels et l'absence d'une usine de traitement des eaux usées pour le moment excluent la venue d'industries lourdes ou trop polluantes. »

Chose certaine, a-t-il souligné, toute nouvelle vocation sucrière est écartée en vertu d'une clause de non-concurrence inscrite au contrat de vente conclu avec **Sucre Lantic**.

Bâtiments vides

Le contrat a accordé aussi à **Sucre Lantic** le droit de vendre séparément ou en entier les équipements presque neufs de la raffinerie. C'est donc fort probablement de bâtiments vides qu'hériterait tout acheteur potentiel.

Sucre Lantic a déjà confié à une firme américaine spécialisée, **Perry Equipment**, de Hainesport au New Jersey, la vente de tout l'équipement de production.

La Chine et certains pays africains auraient manifesté leur intérêt pour l'acquisition de ces équipements. Mais ces clients éventuels ont éprouvé des difficultés quant au financement.

La machinerie ultramoderne possède une capacité de traitement quotidienne de 5 000 tonnes de betteraves, qui donnent 750 tonnes de sucre.

De 1981 à 1983, la raffinerie de sucre a été l'objet d'investissements massifs pour sa modernisation et l'augmentation de sa capacité. En tout, 58 M\$ ont été investis, soit presque 20 M\$ de plus que les 40 M\$ prévus initialement en 1981.

Fibres alimentaires

Pour leur part, les représentants du milieu agricole de la région ont présenté au gouvernement le projet **Agrivégétal**. Ce projet prévoit le recyclage de la raffinerie pour la production de fibres alimentaires et autres suppléments à l'alimentation animale.

Il en fut question pour la première fois lors du Sommet socio-économique de la Montérégie tenu à Saint-Hyacinthe en octobre 1986. Depuis, ses promoteurs -différents syndicats agricoles de la région- réclament du ministre **Michel Pagé** et de **Soquia** une subvention de 85 000 \$ pour compléter une étude de faisabilité.

Au Comité de relance, tout comme chez certains intervenants au Sommet de la Montérégie, on doute toutefois de la rentabilité économique du projet. La proposition prévoit en effet l'utilisation, sans investissement additionnel, d'une partie des équipements existants mais déjà mis en vente par **Sucre Lantic**.

MARTIN VALLIÈRES

EXCLUSIF

LA NOUVELLE VAGUE
À MONTRÉAL

Du vendredi 18h00 au dimanche 18h00
d'heure en heure
Six mélodies sans interruption...
...Pour l'amour de la musique

LA VAGUE MUSICALE

RADIO CITE
FM
107.3

Chez les agriculteurs, le maïs-grain remplace la betterave à sucre

■ Les quelques 150 producteurs qui exploitaient 6 500 acres de betteraves à sucre en 1986 se sont largement dirigés vers la culture du maïs-grain, depuis la fermeture de la raffinerie de sucre de Saint-Hyacinthe. C'est ce que révèlent les données du **Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec** (MAPAQ).

Ainsi, environ 4 000 des 6 500 acres ont étéensemencés en maïs-grain. Les autres 2 500 acres ont surtout été convertis à la culture du blé panifiable, c'est à dire conforme aux normes strictes des boulangeries.

Moins rentable

Si cette conversion a soulagé les producteurs d'une culture devenue moribonde par la disparition de son seul débouché local, elle ne les a pas pour autant affranchi des subventions gouvernementales.

En fait, au chapitre des revenus bruts potentiels par acre en culture, ces producteurs concentrés dans la région de Saint-Hyacinthe et du Richelieu ont toutes les raisons d'être nostalgiques.

Il fût en effet une époque, en 1978 et 1979 notamment, où la betterave à sucre représentait une véritable mine d'or. De

plus, chez la grande majorité des producteurs, elle servait de culture d'appoint dans le nécessaire cycle de rotation des cultures en raison de ses vertus régénératrices pour les sols agraires.

À ce moment, les producteurs de betteraves à sucre ont pu tirer jusqu'à 1 200 \$ de revenu brut par acre contre un coût de production moyen de 500 \$. Ils parvenaient donc à dégager un bénéfice de 600 à 700 \$ l'acre. Il n'est pas étonnant par ailleurs de constater que 20 000 acres étaient alors cultivés en betterave à sucre au Québec.

En 1986, année de fermeture de la raffinerie, la situation était tout autre. Le revenu brut potentiel par acre atteignait à peine 600 \$, ce qui ne couvrait même pas les frais de production, selon les chiffres du MAPAQ. Le programme d'assurance-stabilisation des revenus a permis aux producteurs de faire leurs frais, s'ils y avaient souscrit.

Marché mondial défavorable

Aujourd'hui, les ex-pro-

ducteurs de betterave à sucre convertis au maïs subissent la dépression des prix qui persiste sur le marché mondial des grains.

Dans certains cas, la contribution de l'assurance-stabilisation des revenus représente près de la moitié des revenus bruts des producteurs, et leur permet à peine de rencontrer leurs frais de production.

Par ailleurs, la culture

du blé panifiable, que le MAPAQ suggère aussi comme alternative aux producteurs de betteraves à sucre, a représenté jusqu'à maintenant des possibilités de revenus intéressantes mais difficiles. Les minoteries comme **Robin Hood** et **Ogilvie**, ont des normes sévères de qualité.

Pour le producteur de blé panifiable, le revenu brut peut atteindre 600 \$ l'acre, selon le MAPAQ. En fait, ce rendement est

double, dans certains cas, de celui des légendaires champs de blé de l'Ouest canadien. Mais au prix d'une préparation des sols et d'un suivi très attentifs, ont souligné des producteurs.

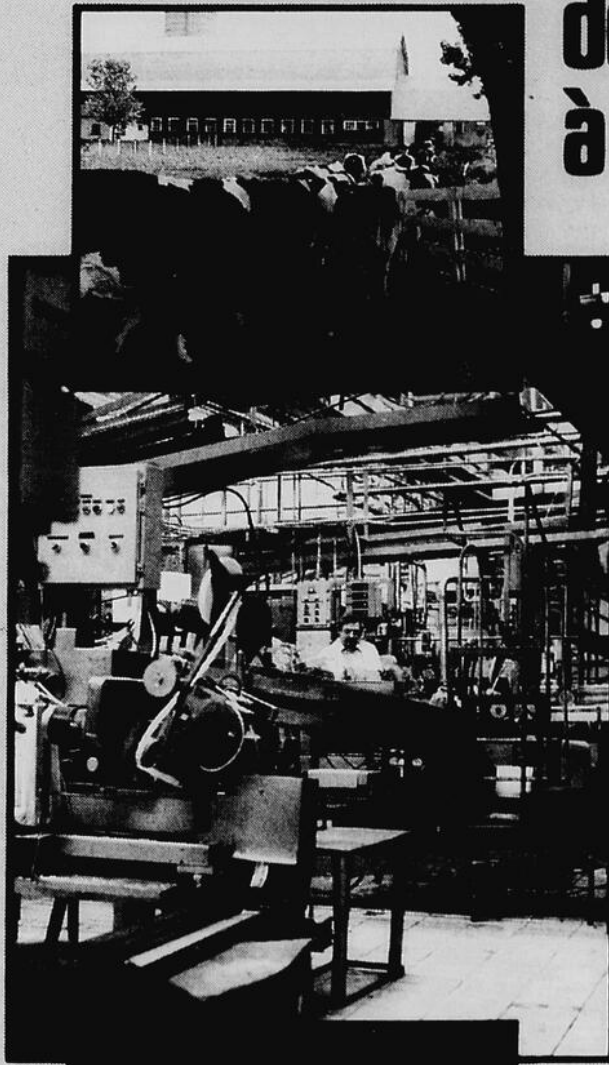
« Ça ne coûterait pas plus cher de supporter la production de betteraves à sucre que de supporter d'autres cultures commerciales comme le maïs-grain ou le blé, a commenté aux **AFFAIRES Simon Guer-**

tin, producteur agricole et président du **Syndicat des producteurs de betteraves à sucre**.

« Avec le blé panifiable, on peut espérer des débouchés pour un maximum de 60 000 tonnes, soit à peine 10 % des 600 000 tonnes consommées par an au Québec, a-t-il soutenu.

MARTIN VALLIÈRES

Agropur, la grande coopérative intégrée de la ferme à la table



La plus importante coopérative agro-alimentaire canadienne.

Avec 6,450 producteurs agricoles, 2,500 employés, plus de 750 millions de dollars de ventes annuelles et plus du 1/3 du lait produit au Québec, Agropur vient en tête des coopératives agro-alimentaires du Canada.

L'innovation sous toutes ses formes.

Par la qualité de ses ressources humaines, de son équipe de scientifiques, de son Centre de Contrôle et Recherche, Agropur est à l'avant-garde de l'innovation agro-alimentaire.

Intégration parfaite des opérations.

Lien direct entre la ferme et la table du consommateur, c'est une grande entreprise dont toutes les opérations s'intègrent à merveille : ferme, industrie et produits de consommation.



agropur



Agropur, Coopérative agro-alimentaire
510, rue Principale, Granby, Qc J2G 7G2

TW

PRODUITS MÉTALLIQUES

TRU-WAY INC.,

au service de l'industrie depuis 1955

FOURS INDUSTRIELS DE TOUT GENRE

- AMÉNAGEMENT DE CHAMBRE À PEINTURE: LIGNE COMPLÈTE AUTOMATIQUE TUNNEL DE LAVAGE SÉCHOIR FOUR À CUIRE HOTTE À PEINTURE ALIMENTATION D'AIR REFROIDISSEUR CONVOYEUR
- AMÉNAGEMENT DE FOUR POUR L'ALIMENTATION
- AMÉNAGEMENT DE SÉCHOIR POUR LE TEXTILE
- AMÉNAGEMENT DE SÉCHOIR POUR PÂTES ET PAPIERS

CONCEPTION — CONSTRUCTION
INSTALLATION — ENTRETIEN

Téléphone: (514) 481-8141

Télex: 055-62171

55 Milton, Ville St-Pierre, Qc
H8R 1K6

LES AFFAIRES, samedi 22 août 1987 - CAHIER SPÉCIAL S-8

Depuis 1983, 20 % des tabaculteurs du Québec ont changé de cap. En effet, 26 des 142 producteurs, dont 90 % se trouvent dans la région de Lanaudière, ont abandonné la culture du tabac ou fait faillite en raison des nouvelles lois du marché.

Les trois grandes compagnies de cigarettes, Rothman's-Benson & Hedges, Imperial Tobacco et R.J.R. MacDonald introduisaient en 1983 de nouvelles règles du jeu: seulement 50% de la con-

Certains tabaculteurs se tirent mieux d'affaires que d'autres

Tabac: une culture à contre-courant

sommation québécoise serait achetée des tabaculteurs québécois. De plus, ceux-ci devraient se séparer la tarte par le moyen de quotas.

Denis Desrochers, un agriculteur de Saint-Paul, à cinq kilomètres de Joliette, compte parmi les persévérants. « Je serai le dernier des tabaculteurs,

clame-t-il. D'ailleurs, malgré les conditions du marché, sa production augmente. Il possédait un quota de 156 000 livres et en a racheté un autre de 70 000 livres. Audacieux, il produit aussi 14 000 livres de tabac en supplément de ses quotas. « Selon les nouvelles ententes, je ne suis jamais certain de

vendre le supplément de production, mais jusqu'à maintenant, j'y suis toujours parvenu. » En plus de ses 90 acres de tabac, il possède 127 acres de pommes de terre qu'il a commencé à cultiver il y a sept ans, alors qu'il sentait tourner le vent.

Cependant, il songe depuis longtemps à diversi-

fier davantage son exploitation. L'avenir du tabac ne fait guère que s'assombrir et le prix de la pomme de terre a baissé depuis que de nombreux tabaculteurs se sont précipités dans cette culture.

Si ce ne semble pas devoir être le cas de M. Desrochers, certains de ses concurrents vont devoir laisser leur place. Une trentaine d'entre-eux n'ont pas effectué leurs remboursements au crédit agricole l'an dernier. S'ils ne peuvent les faire cette année, ils devront fermer leurs portes. Il suffirait d'une mauvaise tempête de grêle...

Le président de l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec (le tabac jaune est le tabac à cigarette) Roland Cloutier, pense que les tabaculteurs ontariens, plus nombreux, subissent la crise plus durement que les tabaculteurs québécois.

« Les suicides, les abandons de fermes, les faillites, y sont plus fréquents. Il y avait 4 000 producteurs de tabac en Ontario en 1983, il n'en reste plus que 1 200! »

« Ici au Québec, selon les ententes avec les compagnies de tabac, nous devons leur vendre cinq pour cent de moins en 1988 et encore cinq pour cent en 1989. Après, je ne sais pas.

« Plus dur encore que les quotas, rajoute monsieur Cloutier, c'est le prix auquel les compagnies nous achètent la livre de tabac. » A l'automne prochain, nous leur vendrons 1,91 dollars la livre de tabac, alors qu'il nous faudrait obtenir 2,11 dollars la livre pour rencontrer nos coûts de production.

« Depuis 1983, peu d'entre-nous achetons de nouveaux équipements. Dans dix ans, nos fermes seront délabrées, faute d'entretien. »

Le gouvernement du Canada rachète les quotas au prix du marché: 60 cents la livre.

« Ce n'est pas assez, il faudrait aussi que les tabaculteurs aient des moyens pour se recycler, » estime Monsieur Cloutier. L'aide gouvernementale ne suffit pas à acheter les équipements nécessaires à de nouvelles cultures. Il faudrait aussi que les gouvernements planifient la diversification des cultures. Il ne peut être question de réorienter 15 000 acres de terre présentement consacrés à la culture du tabac, vers une seule production alternative. Un surplus de production en découlerait et les prix s'en ressentiraient.

CAROLE LAVALLÉE



Denis Desrochers: « Je serai le dernier des tabaculteurs. »

COLLECTION
LES AFFAIRES

Des outils additionnels d'information et de formation!

Aujourd'hui les gens actifs s'informent. C'est pourquoi La Collection LES AFFAIRES offre aux épargnants-investisseurs et aux gestionnaires d'entreprise, une variété de livres qui sont des outils additionnels d'information et de formation.



COLLECTION
LES AFFAIRES

465, rue St-Jean, 9^e étage
Montréal, Québec
H2Y 3S4

Je désire commander:

- #101 - 19,95 \$ #103 - 9,95 \$ #105 - 20,00 \$
 #102 - 22,00 \$ #104 - 15,00 \$ #106 - 25,00 \$

*Veuillez ajouter 1,50 \$ pour frais de poste et de manutention.

Nom _____ Prénom _____

Nom de la compagnie _____

Adresse _____

Ville _____ Province _____

Code postal _____ Téléphone () _____

chèque carte de crédit MASTERCARD VISA AMERICAN EXPRESS

numéro de carte _____ total de l'achat \$ _____

Date d'expiration: _____ signature: _____

N.B. TOUTE COMMANDE DEVRA ÊTRE ACCOMPAGNÉE D'UN CHÉQUE, D'UN MANDAT POSTE OU D'UN NUMÉRO DE CARTE DE CRÉDIT.

ROGER VIAU & FILS INC.

Courtier d'Assurances
membre du groupe
ULTIMA

8615 boul. Saint-Laurent,
bureau 202
Montréal, QC, H2P 2M9

514-382-5550

■ "Les actions de Proviso seront inscrites à la Bourse de New-York dès cet automne, affirme Patrick Robert, vice-président aux affaires publiques. Sous la gouverne de Pierre Lortie, poursuit-il, Proviso s'oriente définitivement dans une perspective nord-américaine".

La nouvelle structure de l'entreprise, mise en place depuis deux ans, a été précisément conçue dans une perspective d'expansion nord-américaine. Elle repose sur une plus grande autonomie opérationnelle et stratégique au niveau des divisions et des compagnies membres du groupe.

Proviso déploie aussi des efforts pour mieux se faire connaître des investisseurs canadiens et américains. "Les gens sont surpris de découvrir à quel point Proviso est une entreprise diversifiée, que ce soit géographiquement ou sectoriellement", confie M. Robert.

"Les assises de Proviso sont fortement ancrées au Québec, mais nous voulons devenir un leader nord-américain dans la distribution, en gros et au détail, de biens de consommation". Proviso envisage aussi des alliances internationales et a déjà établi des contacts au Japon et dans certains pays africains.

Depuis deux ans, avec son nouveau président, Proviso a amélioré sa structure financière et réduit son niveau d'endettement tout en se hissant au dixième rang des entreprises canadiennes selon le chiffre d'affaires. Mais une des premières tâches entreprises par Pierre Lortie en prenant les rênes a été de préciser le mandat de l'entreprise. En outre, il fut convenu de déléster les actifs qui s'éloignaient de sa vocation première.

« Auparavant, nous étions impliqués dans plusieurs domaines sans lien de parenté: restauration (restaurants Les Prés), finances (Banque d'Épargne), transformation des viandes, etc., explique M. Robert. Proviso se consacre maintenant essentiellement à la distribution de biens de consommation, il n'est pas question que nous retournions dans la fabrication ou la transformation".

Proviso, qui arrive au premier rang des distributeurs alimentaires au Québec et se classe en deuxième position pour le Canada, se situe au dixième rang pour l'ensemble de l'Amérique du Nord.

Proviso est déjà bien implantée dans la plupart des marchés canadiens. Pour Patrick Robert, la croissance se fera définitivement à l'extérieur des frontières, certainement aux États-Unis et peut-être

À l'automne, expansion continentale de Proviso

Les actions de Proviso seront inscrites à la Bourse de N.-Y.

au-delà.

Depuis 1983, le taux de croissance moyen des ventes de Proviso a été de 9,9 %. Les ventes au détail des magasins des différentes bannières et les ven-

tes en gros à d'autres clients ont atteint 6,45 milliards de dollars en 1987, une hausse de 13 % par rapport à l'année précédente.

Proviso et ses compa-

gnies affiliées emploient présentement près de 21 000 personnes au Canada et aux États-Unis. Les différentes bannières comptent 2 264 magasins dont 2 127 sont exploités

par des marchands indépendants.

L'entreprise a recours à la technologie dernier cri pour coordonner et contrôler son réseau. Les échanges électroniques de

donnée sont devenus monnaie courante au sein des différents services. D'ailleurs, à l'avant-garde des services bancaires électroniques en magasin avec la chaîne de dépanneurs Provi-Soir, Proviso introduisait l'automne dernier la carte de débit dans certains de ses magasins de la région montréalaise.

HENRI

THIBODEAU

PRENEZ LE PLANCHER...

Participer à un salon à titre d'exposant, c'est une façon dynamique et efficace de faire la promotion de son entreprise et de ses produits et/ou services. **SOYEZ EN VEDETTE** grâce à l'un des salons que nous organisons:



Semaine internationale de l'agriculture et de l'alimentation

**Du 17 au 25 octobre, 1987
Place Bonaventure**

Une exposition grand public regroupant quatre salons réputés ouverts aux entreprises opérant dans le domaine de l'agro-alimentaire, des vins et spiritueux, de la haute gastronomie et des accessoires de table.



Salon International de l'Agriculture et de l'Alimentation



Salon International des Vins et Spiritueux



Salon des Plaisirs de la Table



Grand Salon d'Art Culinaire (Société des chefs de cuisine et pâtisseries de la province du Québec)



Salon international de la machine agricole

**Du 8 au 11 avril, 1988
Place Bonaventure**

Un salon destiné aux chefs d'entreprises agricoles.

En exposition: équipements de ferme, machinerie et toute la gamme des fournitures, accessoires et services agricoles.



Super salon de l'alimentation

**Du 7 au 9 mai, 1988
Place Bonaventure**

Un salon commercial présenté pour tous les intervenants reliés au commerce de détail en alimentation.

En exposition: produits, équipements et services pour les commerces d'alimentation, du dépanneur à la super surface en passant par la boutique spécialisée.

... POUR ATTEINDRE LE SOMMET!

Les Salons A.D.A. du Québec Inc.

3767, Boul. Thimens, Bureau 200
St-Laurent, Qc H4R 1W4

Montréal: (514) 745-0280
Toronto: (416) 270-1624

Ligne Watt: 1-800-363-2806
Télécopieur: 331-9086

Parts de marché: Métro-Richelieu s'affirme en deuxième place

La diversification se poursuit prudemment chez

La diversification se poursuit dans le secteur de la distribution alimentaire au Québec. Un spécialiste du marketing

du secteur de l'alimentation, **Gérard Virthe**, président de **Cogem International**, affirme que «les principales cartes sont déjà

jouées. Les grands axes de cette diversification demeurent l'alimentation et les produits pharmaceutiques».

«Dans le domaine de la distribution, les expériences de diversification trop étendue sont rarement bonnes, estime M. Virthe. La diversification dans des produits qui ne sont pas d'usage courant n'est pas viable».

«Une entreprise de distribution ne peut être excellente dans tous les secteurs, elle doit se concentrer sur ce qu'elle connaît bien. Ça ne vaut pas la peine de consacrer des énergies à un secteur qu'on ne maîtrise pas. D'ailleurs, **Provigo** s'est déjà retirée d'entreprises comme **Brico-centre** et la **Banque d'Epargne**, qui n'étaient pas proches de son domaine d'expertise».

Provigo

En 1986-87, **Provigo** a poursuivi la diversification de ses activités en se concentrant dans la distribution de produits et biens de consommation. L'entreprise a procédé à une restructuration organisationnelle. Cinq groupes opérationnels ont été créés en fonction des marchés ou du territoire qu'ils desservent: Alimentation, santé et pharmacie (**Médis**), dépanneurs (**C-Corp**), magasins spécialisés et marché des États-Unis (**Provigo Corp.**)

Provigo a réalisé des ventes globales de 6,5 milliards de dollars au Canada en 1986-87 (une progression de 13 %) et demeure le leader de l'alimentation au Québec, où elle détient près de 33 % du marché. Les ventes du Groupe alimentaire (**Provigo Distribution** au Québec, **Loeb** en Ontario et **Horne & Pitfield** dans l'Ouest) ont atteint 4,5

milliards de dollars.

Au Québec, **Provigo Distribution** a procédé à l'ouverture de nouveaux magasins **Maxi**, **Héritage** et **Provigo**. **Provigo** a aussi fait l'acquisition de la chaîne **Octofruit**, a lancé la bannière **Proprio** et a procédé à l'acquisition de trois compagnies dans le secteur des services alimentaires (**Alphonse Alard**, la **Poissonnerie Waldman** et le **Groupe Landry**), regroupées au sein de **Dellix**.

Métro-Richelieu

Depuis deux ans, le groupe **Métro-Richelieu** a entrepris de diversifier ses activités en procédant à une série d'acquisitions dont la ligne directrice demeure la distribution et le marketing. La dernière année a été marquée par deux événements majeurs: au mois de novembre, **Métro-Richelieu** qui est d'abord une coopérative de détaillants a changé sa structure de capital en procédant à une émission d'actions publique.

Puis, au mois de mai, l'entreprise procédait à l'acquisition pour 135 M\$ de la **Ferme Carnaval** et de son réseau composé de 12 marchés **Super Carnaval** au Québec, deux marchés **Carousel** en Ontario ainsi que du grossiste **Provincial Fruit** à Ottawa. Cette acquisition permet à **Métro-Richelieu** de se tailler une place de choix dans le secteur des grandes surfaces.

L'automne dernier, **Métro-Richelieu** s'est associé à **Ro-Na** pour former **Métro-Na**, grossiste en quincaillerie. En février, le Groupe a vendu la chaîne de dépanneurs **Sept Jours** à **Alimentation Couche-**

Tard. **Métro** a conclu par la même occasion un contrat d'approvisionnement pour les 117 dépanneurs membres du nouveau réseau et acheté 19 % des actions d'**Alimentation Couche-Tard**.

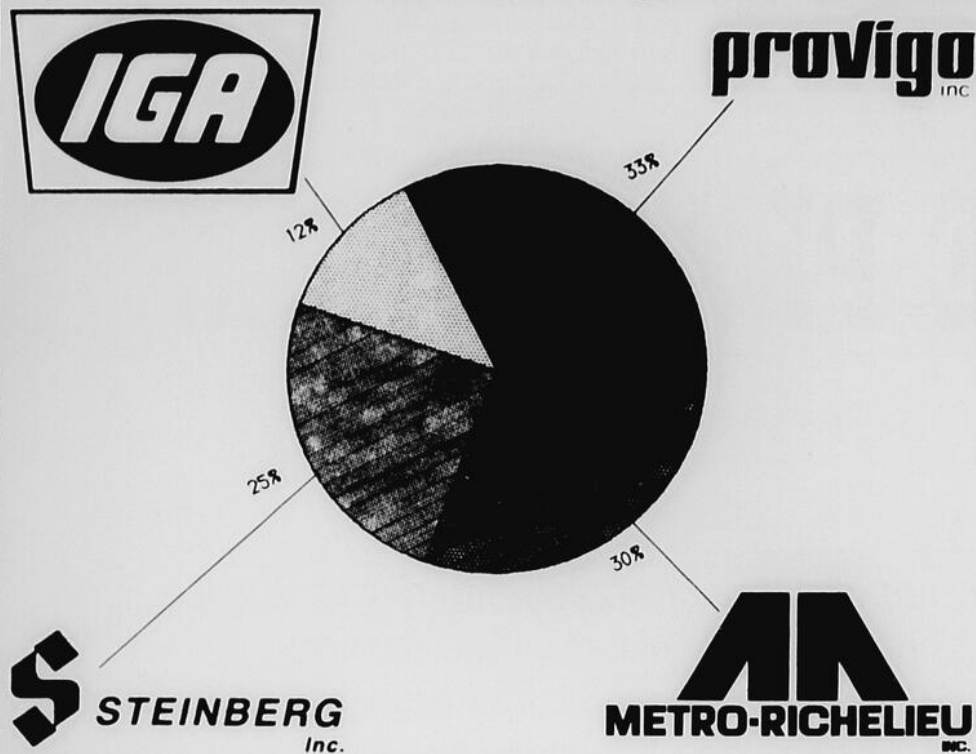
Métro-Richelieu embauche plus de 2 400 employés et détient maintenant près de 30 % du marché de l'alimentation des grandes chaînes au Québec. Le volume de ventes de l'entreprise, qui a atteint 1,7 milliard de \$ en 1985-86, pourrait dépasser les 2 milliards de \$ en 1986-87.

Selon un porte-parole, le processus de diversification n'est pas terminé et de nouvelles annonces seront faites au cours des prochains mois.

Le groupe **Métro-Richelieu** demeure essentiellement une coopérative appartenant à plus de 600 marchands actionnaires. Il est actif dans l'immobilier (**Société immobilière Devimont**), les articles de sport (**André Lalonde Sports**), l'alimentation (**Epiciers Unis Métro-Richelieu**, **Ferme Carnaval**, **Alimentation Dallaire**), la quincaillerie (**Métro-Na**), la restauration (**Restaurants Giorgio**) et les produits pharmaceutiques (**MacMahon Essaim**, 85 pharmacies).

La division **Epiciers Unis Métro-Richelieu** détient des parts ou le contrôle dans **Pêcheries Atlantique du Québec** (100 %), **Alimentation Couche-Tard** (19 %), **Gestion Montémurro** (10,5 %), **Distagro** (100 %) et **Service alimentaire du Québec** (100 %). Elle possède les bannières **Métro**, **Marché Richelieu**,

Répartition des parts de marché entre les géants de l'alimentation



Quatre grands luttent pour leur part du marché de l'alimentation au Québec. Au mois de mai, **Métro-Richelieu** procédait à l'acquisition, pour 135 millions, de la **Ferme Carnaval** et augmentait la sienne de six p.c.

Cours télévisés - Automne 1987



Université de Montréal
Faculté des arts et des sciences
Département de communication



André A. Lafrance
Professeur

Pour profiter pleinement de l'ensemble pédagogique de la 6e session du cours télévisé

"Communication et organisation"
(COM 3670D - 3 crédits)

Inscrivez-vous dès maintenant pour recevoir:

- horaire
- plan de cours
- cas-type 1
- cas-type 2
- citations et références
- modalités d'évaluation



Université de Montréal
Faculté de l'éducation permanente



Jacques Dorion
Professeur

Inscrivez-vous dès maintenant pour recevoir les documents pédagogiques d'accompagnement pour cette nouvelle version du cours télévisé:

"Choix et utilisation des médias"
(PBT 3210 - 3 crédits)

Modèles et processus de communication de masse. Rôle et efficacité des supports publicitaires. Temps et espace. Notions de support publicitaire dans l'évaluation d'une campagne.

Pour obtenir un dépliant/formulaire d'inscription:
(514) 343-7740

SI LOIN DU BUREAU SI PRÈS DE LA MAISON !

A l'Hotel l'Estérel dans les Laurentides, nous sommes passés maître en planification de conférences. Pour notre équipe de spécialistes l'art d'organiser et de coordonner des ateliers de travail, des séminaires, des réunions de ventes et des conférences n'a jamais été plus de succès.

Maximisez l'efficacité de votre colloque dans une ambiance d'affaires loin du bureau, mais sans frais extravagants de déplacement.

Installations modernes: 21 salles de réunions équipées d'appareils audio visuelles sont à votre disposition

pour accueillir des groupes de 10 à 300 personnes.

Une cuisine raffinée: Une tradition à l'Estérel.

Loisirs: Le nouveau centre de sports intérieurs comprend deux courts de raquetball, un gymnase, une piste de jogging et une piscine chauffée. On peut aussi pratiquer les sports d'été ou d'hiver.

Emplacement: A une heure de route de Montréal, loin de la ville du bureau et du téléphone.

Composer: (514) 228-2871
A Montréal: 866-8224

Hôtel l'Estérel

A l'Estérel, vos affaires nous tiennent à cœur.
C.P. 38, Ville d'Estérel, Québec, J0E 1E0

les géants de la distribution alimentaire

AMI et GEM, les divisions centrales Epicerie, Boeuf Mérite et Jardin Mérite ainsi que les divisions corporatives Equipement et Buanderie Mérite ainsi qu'Econogros.

Steinberg

D'ici l'automne, Steinberg procédera au lan-

Steinberg se prépare aussi à lancer **Steinberg Plus**, un réseau de supermarchés jumelés à des pharmacies. Aujourd'hui, cette compagnie détient le quart du marché des géants de l'alimentation au Québec.

En 1987, Steinberg a poursuivi le programme d'amélioration de ses magasins ainsi que la rationa-

importante aux îlots de produits spécialisés. Ce programme entrepris il y a quatre ans devrait être complété d'ici deux ans.

Steinberg a poursuivi son programme de diversification en s'associant à **Club Price** et en faisant l'acquisition des chaînes de restaurants **Culture** et **La Crémère**.

Steinberg poursuit aussi son programme de franchisage avec les bannières **La Maisonnée** (71 dépanneurs) et **Les Cinq Saisons**

(2 magasins dans la région de Montréal).

IGA

Avec un chiffre d'affaire qui devrait approcher le milliard de dollars cette année (885 M\$ en 1986-87) et une part de 12 % du marché québécois de l'alimentation (7 % il y a 6 ans), IGA poursuit une progression constante bien que peu spectaculaire.

Cette année, IGA ajoutera près de 75 magasins à

ses quatre bannières: **IGA-Boniprix** (166 supermarchés), **Boni-Choix** (83 épicerie), **Boni-Soir** (200 dépanneurs) et **Boni-Plus** (48 épicerie de quartier).

IGA met l'accent sur le service à sa clientèle, composée exclusivement de marchands indépendants regroupés sous ces quatre bannières. L'entreprise construira cet automne un nouvel entrepôt à Québec pour desservir cette région, le Lac-St-Jean, la Côte-Nord et la Rive-Sud.

« Historiquement, les marchands IGA ont maintenu la moyenne de vente la plus élevée parmi les marchands indépendants, affirme Gérard Virthe. En tant que grossiste, l'entreprise (qui fait partie du groupe **Oshawa**) affiche toujours la meilleure profitabilité, bien qu'elle arrive dernière selon les parts de marché ».

HENRI

THIBODEAU



Selon Gérard Virthe, président de Cogem interational, « les principales cartes sont jouées ». Les grands de l'alimentation poursuivront leur diversification mais de manière plus prudente.

cement de la bannière **Re-lais 24**, un réseau de dépanneurs jumelés à des postes d'essence qui sera implanté dans les régions périphériques du Québec.

lisation des ses opérations. Près de la moitié des 118 supermarchés Steinberg ont déjà été réaménagés selon le concept **Le Supermarché**, qui fait une place

Les magasins spécialisés percent

Les boutiques et magasins spécialisés poursuivent leur montée dans le secteur de l'alimentation au détail. Selon **Gérard Virthe**, président de **Cogem International**, ces commerces s'accaparent même une part croissante de la distribution de certains produits de grande consommation. « Les magasins non traditionnels écoulent jusqu'à 40 % des volumes de vente de certains produits de consommation courante », estime-t-il.

Les magasins spécialisés ne sont pas desservis par les principaux distributeurs mais plutôt par de petits grossistes qui se concentrent sur des produits comme les fruits et légumes, par exemple. Quelques-uns de ces grossistes détiennent des parts de marché très élevées pour certains produits.

« Mais, estime M.

Virthe, les principaux distributeurs comme **Provigo** ou **Steinberg** sont de mieux en mieux équipés pour desservir l'ensemble des marchés. Les grands distributeurs ne peuvent pas laisser échapper le marché spécialisé, qui est très profitable. Les viandes, les fruits et la boulangerie sont la partie la plus lucrative du marché alimentaire ».

« Certains spécialistes affichent une performance remarquable. Le phénomène des magasins de spécialité va continuer à croître mais une certaine épuraton est déjà prévisible, la rationalisation s'en vient, estime M. Virthe. Je crois que dans l'avenir on verra même, comme en Europe, des chaînes de magasins spécialisés. **Oc-tofruit**, qui appartient maintenant à **Provigo**, en est un exemple et d'autres vont suivre ».

Une nouvelle
stratégie
agro-alimentaire
pour le
Québec

Québec ☐☐

UNE NOUVELLE STRATÉGIE AGRO-ALIMENTAIRE POUR LE QUÉBEC

Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec déploie une stratégie de support aux entreprises pour accélérer le développement des secteurs industriel et commercial en agro-alimentaire.

L'objectif est simple. Une plus grande transformation des produits de base, une adaptation de la production à l'évolution mondiale des besoins alimentaires.

TRANSFORMATION

Pour accélérer l'émergence de leaders industriels, le Ministère épaulé financièrement les projets à fort impact sur le secteur agro-alimentaire québécois. Il vous assiste si vous réalisez pour la première fois le transfert d'une technologie ou si vous démarrez une entreprise autour d'un produit innovateur.

Le Ministère offre un support aux entreprises qui veulent améliorer leur compétence administrative et la gestion de leur développement. Il vous appuie dans l'implantation de systèmes de gestion totale de la qualité.

COMMERCIALISATION

Études de marché, élaboration d'un plan de commercialisation, organisation de réseaux de distribution, présentation de produits... Le Ministère en seconde la réalisation pour vous aider à pénétrer de nouveaux marchés, promouvoir l'achat de produits québécois auprès du secteur de la distribution et contribuer à l'image d'excellence des produits du Québec.

EXPORTATION

Un nouveau réseau d'attachés en agro-alimentaire recrutés stratégiquement à la surface du globe vous sert d'antenne sur les marchés internationaux. Techniquement et financièrement, le Ministère vous prête main-forte pour mieux répondre aux défis de ces marchés.

Bref, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec annonce rien de moins qu'une stratégie pour accélérer le développement de l'industrie agro-alimentaire du Québec.



Gouvernement du Québec
Ministère de l'Agriculture,
des Pêcheries et de l'Alimentation

EMBALLAGES

1141
INC.

Le Spécialiste

*des produits
d'emballage*

- Pellicules pour viande légumes fromage et pâtisseries
- Tampons super absorbants (Dix pls: 8 feuilles de tissu
2 feuilles de plastique)
- Sacs à bretelles personnalisés



*Les prix
les plus
compétitifs*

**Ligne directe
sans frais:
1-800-363-1149
De Montréal
(514) 254-1141**

**EMBALLAGES 1141 INC.
5199 Sherbrooke est,
suite 2065
(Village Olympique)
Montréal, QC
H1T 3X1**

Michel Nardella président