

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Juillet-Août-Septembre
2019



Inscrivez-vous rapidement!

Experts en merchandising,
montrez de quoi vous
êtes capables!

Détails en pages 18-19



COCKTAIL SMF

Retenez la date
du 12 septembre!

P.4



ENVIRONNEMENT

Montréal : Vers
une interdiction du
plastique à usage
unique dès 2020?

P.6



64^E CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

Découvrez les
conférenciers et
inscrivez-vous!

P.26



RELEVÉZ LE DÉFI ET ALLIEZ VOS FORCES!



André Forget
Président du Conseil d'administration



Jean-Philippe Leblanc
Président SMF

Nous joignons nos voix le temps d'un éditorial, parce que nous avons un défi à vous lancer. Le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* sera de retour au mois d'août 2019 et nous espérons que vous saisissez l'opportunité qui vous est offerte.

Vous êtes un détaillant en alimentation, peu importe votre taille, vous voulez montrer à vos clients que vous êtes la destination qu'ils ne peuvent pas remplacer. Vous voulez des étalages prêts aux affaires, débordants de produits alléchants, des employés avenants, des produits alignés à la perfection - d'ailleurs vos employés vous trouvent certainement un peu intense avec le « facing » - c'est normal vous êtes ainsi, vous voulez satisfaire vos clients et aussi les surprendre. Ce n'est pas facile de sortir du lot, mais vous n'êtes pas du genre à baisser les bras.

Vous êtes un fournisseur alimentaire, peu importe l'ampleur de votre budget promotionnel, vous ne voulez en fait qu'une seule chose : que les clients ne voient que votre produit. Ce n'est pas chose facile, d'abord parce que c'est rare que le détaillant soit d'accord, ensuite parce que de toute façon vous avez besoin du concurrent pour pouvoir facilement montrer aux consommateurs à quel point votre produit est supérieur. Il y a tant de choses que vous voudriez dire sur votre produit, vous avez tellement d'idées pour mousser les ventes.

ALLIEZ VOS FORCES LE TEMPS DE CE CONCOURS DE MARCHANDISAGE ET D'ORIGINALITÉ.

Un détaillant propriétaire + un produit certifié par Aliments du Québec, aucuns frais d'inscription. Les possibilités sont infinies, il ne vous reste plus qu'à définir ensemble votre partenariat.

Ça serait bien que l'on puisse y goûter, que l'on offre un rabais, que l'on fasse un concours... On pourrait installer une pyramide dans la section alcool en merchandising croisé! Non, on pourrait plutôt installer un kiosque à l'extérieur et surtout, il faut en parler sur nos médias sociaux!

Vous êtes tous autant que vous êtes des champions de la mise en marché, vous avez dans vos équipes des milliers d'heures d'expertise en satisfaction client. Pourquoi ne pas mettre votre personnel au défi, entre équipes, entre départements, entre magasins... Qui proposera la meilleure idée? Il n'y a pas que dans le sport où l'esprit de compétition permet de se dépasser. En plus de faire parler les clients, le concours pourrait devenir un élément de fierté pour votre personnel.

Votre entreprise n'est pas trop petite; Boni-Soir Halte Fleurimont et Sucre d'orge d'antan l'ont emporté dans une édition antérieure avec un étalage pourtant simple, mais efficace qui incitait les clients à essayer et réessayer ces petites douceurs faites à la main.

Vos produits sont surgelés? Ça n'a pourtant pas empêché IGA Coaticook et Laiterie Coaticook de gagner. Produits maraîchers, bière, fruits séchés, eau gazéifiée, lait, viennoiseries ont aussi remporté les grands honneurs par le passé, c'est donc à votre portée. Vous pouvez d'ailleurs consulter leur vidéo sur le site du concours : concoursalimentsduquebec.com

Il y a trois grands prix à la clé qui seront dévoilés au congrès de l'ADA en novembre, mais le plus important n'est pas là. Si vous participez au concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*, c'est parce que vous avez décidé qu'en août 2019, les clients n'auront d'yeux que pour VOTRE produit et qu'ils parleront du bel étalage de LEUR détaillant préféré.

En terminant, nous tenons à remercier nos partenaires dans cette aventure, soit le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et Aliments du Québec.

Ne reste plus qu'à faire comme nous... faites aller vos méninges et inscrivez-vous sans attendre!

PLUS D'INFORMATIONS EN PAGES 18 & 19

SOMMAIRE

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 de défendre et représenter les intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques des quelque 8000 détaillants en alimentation, quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent.

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 ▶ info@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

ÉDITEUR

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION

Stéphane Lacasse
slacasse@adaq.qc.ca

Catherine Séguin
cseguin@adaq.qc.ca

Lola Chauvin
lchauvin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE

Françoise Miquet

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

André Forget
Président

Michel Dépatie
Vice-président

Guillaume Laroche
Trésorier

Bruno Desrochers
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Jean-Philippe Beaudry
Marc Bougie

Franck Hénot
Bruno Ménard

Marcel Clermont
Marie-Josée Drouin
Jasen Gaouette

Patrick Pinard
Roger Raad
Romy Reid-Boursier

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Jean-Philippe Leblanc
Président

David Plante-Riou
Vice-président

Guy Auger
Trésorier

Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Hedia Bahri
Jonathan Desjardins
Marie-Josée Henri

Mario Laplante
Michaël Petit
Marc Sauvageau
Patrick Simard

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

PORTRAIT DE DÉTAILLANT

SUIVI DE DOSSIERS

ENVIRONNEMENT

Vers une nouvelle stratégie de valorisation des matières organiques

Montréal : vers une interdiction du plastique à usage unique dès 2020?

CMM

Metro ouvre la voie aux contenants réutilisables

Gobeuses : il est toujours temps de faire une demande!

Les membres de la CAQ en mode environnement

AGROALIMENTAIRE

Rencontre annuelle des partenaires – MAPAQ

ALCOOL

Le gouvernement ferme la porte à une privatisation de la SAQ, puis se ravise

De l'oxygène pour les microdistilleries du Québec

TABAC

Paquets neutres dès le 7 février 2020

Le vapotage, moyen de cessation tabagique?

DOSSIER DIVERS

Budget 2019-2020 du Gouvernement du Québec : plus d'argent et de services pour l'ensemble des Québécois

Les taxes des PME vont continuer de baisser

LES RÉGIONALES DE L'ADA

À LA MÉMOIRE DE

56^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

CSMOCA

CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER

CNESST

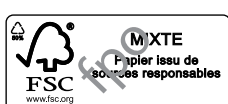
SIAL CANADA 2019

64^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

DÉFI DES FOURNISSEURS ADA

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

ACTUALITÉ DES TCBQ



INVITATION

**Jeudi 12
septembre
de 15h à 20h**



**Salle Oasis
Surf Brossard**

9520 Boulevard Leduc Suite 01, Brossard.

Prenez la vague millénial!

CONFÉRENCE : CHOC DES GÉNÉRATIONS... VRAIMENT?!

Milléniaux, génération Y, Z ou C, peu importe l'étiquette qu'on leur colle, les jeunes semblent avoir une vision bien particulière de la vie et du travail, mais peut-on généraliser? Oubliez tout ce que vous avez déjà entendu sur les générations et découvrez comment attirer, mobiliser et fidéliser les employés, peu importe leur âge.

AU PROGRAMME :

Quelles sont les attentes des nouvelles générations et comment y répondre?

Comment faciliter la communication et la collaboration dans un contexte multi générationnel?

Qu'est-ce qu'un emploi ou une entreprise idéale et comment s'y adapter?

Comment susciter un fort sentiment d'appartenance?

Comment reconnaître les bons comportements que l'on désire voir se multiplier?

STÉPHANE SIMARD

CSP et CRHA, conférencier en ressources humaines basé à Montréal



Stéphane Simard est conférencier international et auteur de cinq ouvrages traduits en quatre langues dont les best-sellers Génération Y et Générer l'engagement au travail. Au cours des 12 dernières années, il a outillé concrètement plus de 25 000 gestionnaires afin de faire face aux nouvelles tendances en gestion du capital humain par le biais de ses conférences et ateliers de coaching.

CONFÉRENCE : SORTEZ DU LOT

Avec les différents outils disponibles, comment s'assurer d'être remarqué et attirant pour un futur candidat? Comment s'assurer d'être attirant en tant que candidat?

AU PROGRAMME :

Affichage de postes

Entrevue

Réputation en ligne

Profil LinkedIn

JULIE LAURIN

Directrice de recrutement chez St-Amour | Biens de consommation



Avant de se joindre à l'équipe de St-Amour, Julie a cumulé plus de dix ans d'expérience en ventes dans l'industrie des biens de consommation. Ayant travaillé six ans à Toronto, elle connaît bien les différents enjeux auxquels peuvent faire face une organisation. Son expérience est soutenue par de multiples réalisations dans la représentation, la gestion de comptes majeurs, la planification stratégique ainsi que dans la gestion de catégories. Julie possède donc les outils nécessaires afin de bien accompagner ces clients dans leur recherche de candidats idéals. Sa connaissance de l'industrie, les différents postes occupés et son vaste réseau de contacts assurent le meilleur jumelage possible lorsqu'elle travaille avec ces clients.

FORFAITS COMMANDITES DISPONIBLES SUR DEMANDE.

Pour vous inscrire, contactez : dchoquette@adaq.qc.ca



ADAQ
Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

PORTRAIT DE DÉTAILLANTS



NÉ DEDANS, ET POURTANT... UN PARCOURS ATYPIQUE

Alexandre Cusson a pris les rênes de l'entreprise familiale William J. Walter Saucissier en 2011. À l'époque, son père était le dernier des trois fondateurs encore actif. Pour lui, le moment était venu de passer à autre chose : « soit il vendait l'entreprise, soit je la prenais en main », nous dit Alexandre. Après réflexion et une prise de perspective, la décision s'est imposée d'elle-même. En effet, Alexandre baigne dans ce milieu depuis son plus jeune âge, travaillant l'été dans l'entreprise pendant de nombreuses années, y compris durant ses études à HEC Montréal. L'intégration s'est ainsi faite tout naturellement pour le jeune homme. Ayant plus d'une carte en main, Alexandre a connu de nombreuses expériences avant de commencer chez William J. Walter Saucissier. En effet, durant une belle carrière de douze ans dans le domaine de la consultation en implantation de systèmes et en production d'événements, il a travaillé au Cirque du Soleil et à Spectra, maître d'œuvre du Festival de Jazz de Montréal et des Francofolies. Des années très formatrices pour le jeune homme... qui l'ont même amené à travailler sur un spectacle de Michael Jackson à Prague! « Toutes ces expériences m'ont procuré un bagage suffisant pour prendre l'entreprise avec confiance. » relate-t-il avec fierté.

UN FONCTIONNEMENT ET UNE VISION UNIQUES DANS LE MONDE DE LA FRANCHISE

Cette entreprise familiale est plutôt singulière dans son fonctionnement. « Notre force, ce sont nos propriétaires franchisés qui sont porteurs de la bannière. » Une vision consistant à « encourager l'entrepreneuriat, avoir des propriétaires investis dans leur commerce », comme nous le déclare Alexandre, William J. Walter Saucissier est certainement aux antipodes de franchises plus traditionnelles comme McDonald ou Tim Horton. De son avis, l'expérience des 33 dernières années lui donne raison de continuer en ce sens, et il a bien raison, il faut savoir écouter ce que nous dicte notre intuition.

Selon Alexandre Cusson, trois conditions sont indispensables pour exercer ce métier : vendre un produit de qualité, savoir encourager l'entrepreneuriat et faire en sorte que les partenaires soient satisfaits de leurs échanges.

UN AVENIR CLAIR

Le propriétaire de William J. Walter Saucissier entrevoit l'avenir avec enthousiasme, même s'il ne sait pas si l'entreprise restera dans le giron familial, car c'est aux enfants de choisir leur propre chemin. Concernant le commerce, il souhaite continuer à diversifier ses offres de produits, uniques, nous dit-il. Son objectif : renforcer son image de marque et être encore davantage reconnu comme une destination locale de spécialité alimentaire, qui sait s'adapter à toutes les communautés vivant dans les quartiers où il est installé.

« Chez William J. Walter Saucissier, on ne cesse de réinventer la saucisse, et ce depuis 1986 »

Pour Alexandre, la clé du succès des commerces de proximité spécialisés passe par un service personnalisé de grande qualité par la construction d'une relation unique avec les clients grâce à une connaissance fine de leurs habitudes d'achat. Comme il le rappelle à juste titre en fin d'entretien : « Dans ce monde de commercialisation Internet, les relations humaines restent un besoin primaire pour l'humain. En tant que détaillants alimentaires, nous sommes dans une position privilégiée pour donner de l'amour. »

Pour découvrir le monde d'Alexandre, rendez-vous sur williamjwalter.com





SUIVI DE DOSSIERS

Cette section fait état de l'avancement des dossiers que nous menons. On y présente également l'actualité reliée au secteur du détail en alimentation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des informations supplémentaires ou encore pour nous transmettre des renseignements afin de mieux documenter nos dossiers.

ENVIRONNEMENT

VERS UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE VALORISATION DES MATIÈRES ORGANIQUES ▼

Le 17 avril dernier, RECYC-QUÉBEC a organisé à Québec une consultation sur la stratégie de valorisation de la matière organique. Parent pauvre de la gestion des matières résiduelles, la matière organique n'est pas toujours bien récupérée et recyclée par les municipalités, le secteur des industries, des commerces et des institutions (ICI). Par matière organique, on entend le papier, le carton, le bois et les matières organiques putrescibles qui n'ont pas vocation à finir dans des lieux d'élimination et qui composent le 5^e secteur émetteur de gaz à effet de serre en importance au Québec.

Dans le cadre du futur « plan global » que le ministre Charrette entend déposer cet automne, une stratégie de valorisation de la matière organique est prévue. La rencontre du 17 avril visait à dévoiler les grandes orientations de cette stratégie et de recueillir les commentaires des principales parties prenantes. L'ADA était parmi la cinquantaine d'organisations participantes.

L'approche préconisée a deux objectifs : une meilleure collecte à la source et un traitement plus efficace de la matière. Le secteur des ICI est particulièrement visé, car bien souvent, l'offre de collecte des matières putrescibles est déficiente; c'est notamment le cas de la majorité des moyennes et petites surfaces alimentaires qui ne disposent pas de gisement important, c'est-à-dire qui soit intéressant pour les collecteurs. Les autorités entendent introduire une pénalité aux ICI n'ayant pas de collecte pour les matières organiques visées. Les ICI (dans le cas où ils ne sont pas desservis par les collectes municipales) seront donc fortement incités à conclure des contrats de collecte spécifique pour ces matières.

À l'issue de cette journée de consultation, les participants présents se sont vus confier le mandat d'approfondir leur réflexion sur la stratégie proposée en soumettant des commentaires écrits plus étoffés avant le 17 mai.

MONTRÉAL : VERS UNE INTERDICTION DU PLASTIQUE À USAGE UNIQUE DÈS 2020? ▼

Laurence Lavigne Lalonde, nouvelle responsable de la transition écologique et de la résilience au comité exécutif de la Ville de Montréal, a annoncé le 25 avril dernier la volonté de la municipalité d'adopter en 2020 un règlement interdisant le plastique à usage unique. L'élue souligne que le plastique coûte cher à produire, à recycler et pollue les océans. La Ville de Montréal estime le délai d'adoption raisonnable pour déterminer ce qui pourrait être interdit et ne souhaite pas aller trop vite afin de ne pas pénaliser les commerçants, qui seront les premiers touchés par cette mesure. L'administration Plante confiera au service de l'environnement le soin de préparer le règlement, qui fera l'objet de consultations publiques menées par la Commission sur l'eau, l'environnement et le développement durable en vue d'une entrée en vigueur au printemps 2020. Les élus de Projet Montréal ont dans leur collimateur les contenants, tasses, gobelets en plastique ou en styromousse ainsi que les pailles et ustensiles jetables. Toutefois, le sort des bouteilles d'eau et autres contenants de plastique sera fort probablement abordé lors des consultations publiques.

Les détaillants sont prêts à faire leur part pour réduire l'utilisation de plastique, mais encore faut-il que des alternatives écologiques, pratiques et abordables soient disponibles pour qu'ils puissent se conformer à la réglementation. Plusieurs États canadiens, nord-américains et européens se sont engagés dans la même direction, mais aucune réglementation n'est encore en application. Un dossier dont on n'a pas fini d'entendre parler...



CMM ▼

Le 17 mai dernier, l'ADA a présenté ses commentaires aux élus membres de la Commission de l'Environnement de la Communauté Métropolitaine de Montréal (CMM) relativement au Projet métropolitain de plan de gestion des matières résiduelles. Ce plan doit servir de ligne directrice aux différentes villes qui composent la CMM.

Vous avez probablement lu différents articles faisant référence au bannissement du plastique à usage unique, à l'extension de la consigne et à d'autres mesures assez drastiques. Nous avons bien sûr fait part de nos commentaires sur ces enjeux de grande préoccupation pour les détaillants alimentaires. Nous ne sommes pas nécessairement défavorables aux différentes mesures proposées, mais il nous semble que la Commission doit mieux comprendre les enjeux opérationnels et les habitudes des consommateurs pour pouvoir mettre en place les mesures adéquates. En contact constant avec les consommateurs et les deux mains dans la plupart de ces enjeux, nous ne sommes pas des gérants d'estrades.

NOTRE PRÉSENTATION ÉTAIT AXÉE SUR TROIS GRANDS AXES PRINCIPAUX QUE VOICI

Nous sommes généralement favorables à une recherche d'uniformité réglementaire au niveau provincial plutôt que municipalité par municipalité;

Nous souhaitons diminuer l'impact de nos contenants, emballages et imprimés et souhaitons collaborer à la recherche d'alternatives réellement meilleures pour l'environnement;

Afin d'améliorer la performance de gestion des différentes catégories de matières résiduelles, les municipalités doivent adresser prioritairement les enjeux de récupération hors foyer.

METRO OUVRE LA VOIE AUX CONTENANTS RÉUTILISABLES ▼

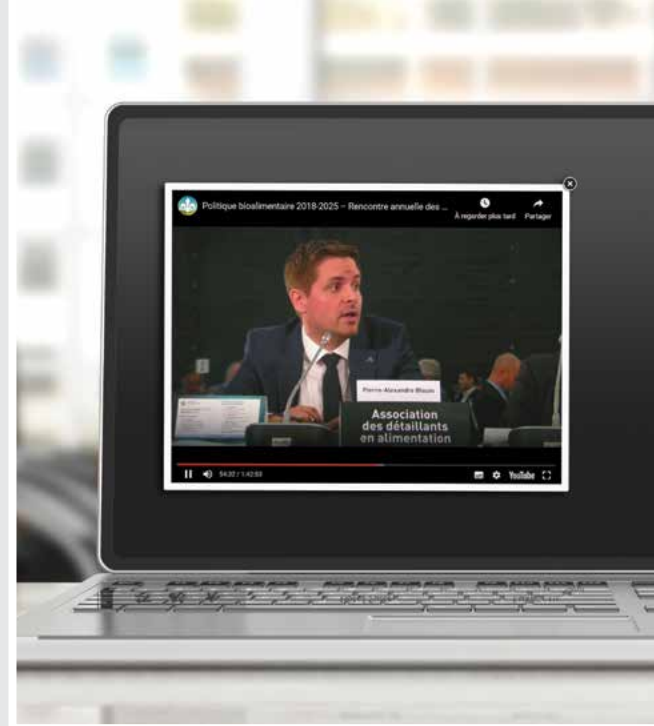
Depuis le 22 avril, les clients de Metro peuvent tendre leurs propres contenants aux commis des comptoirs de charcuterie, de mets cuisinés, de viande, de poissonnerie et de pâtisserie. Seuls des contenants de plastique réutilisables (sans marque ou code CUP) et les sacs de type Ziploc sont acceptés. Aux clients qui honnissent le plastique, il est important de rappeler les risques inhérents à la manipulation de contenants de verre dans un comptoir rempli d'aliments. Un seul bris sur une surface de services pourrait obliger les employés à jeter l'ensemble des aliments qui s'y retrouvent.

La pression publique et médiatique s'accroît pour limiter l'impact des emballages à usage unique, les détaillants sont à la recherche de pistes de solutions. Les contenants réutilisables pourraient accélérer une telle réduction si les consommateurs emboîtent le pas.

Même si plusieurs commerces individuels acceptaient déjà les contenants un peu partout au Québec, pensons, par exemple, à Milano, dans la Petite Italie à Montréal, l'élargissement de cette pratique à l'ensemble des magasins Metro pourrait faire boule de neige. Plusieurs supermarchés IGA en Estrie et ailleurs au Québec sont actuellement en phase pilote, ce qui devrait mener à l'extension du programme dans l'ensemble de la chaîne; il n'est pas difficile d'imaginer que d'autres suivront.

Certains vont pourtant dans la direction inverse, comme le rapportait le journal, Le Soleil. En effet, le grossiste indépendant de Québec, Le Frigo, acceptait les contenants de plastique réutilisables à la demande des clients, mais l'initiative a été arrêtée en janvier, pour des raisons de salubrité. Certains clients se présentaient avec des contenants peu hygiéniques, avec des poils de chat ou des restants de sauce à spaghetti, explique la directrice générale de l'établissement, Diane Guillot. L'innocuité des contenants et la responsabilité légale des exploitants en matière de sécurité alimentaire demeure un enjeu préoccupant.

Comme quoi, en matière environnementale, ce n'est jamais simple de vouloir poser le bon geste.



ENVIRONNEMENT

GOBEUSES : IL EST TOUJOURS TEMPS DE FAIRE UNE DEMANDE! ▼

En 2018, le gouvernement du Québec avait dévoilé un budget de quinze millions de dollars sur trois ans pour l'achat de gobeuses destinées à assurer un plus grand volume de récupération des contenants consignés. Le gouvernement voulait ainsi moderniser le parc d'équipements existants et aider les détaillants dans la gestion de la consigne, un enjeu qui soulève lui aussi bien des passions. Une aide financière de 7 500 dollars ou 65 % de la valeur de la machine choisie (le plus petit montant était retenu) pouvait être octroyée afin de rembourser les détaillants ayant fait l'acquisition d'une machine après le 18 juin 2018. Pour la première année, un montant de 500 000 dollars avait été réservé aux petites surfaces, et les détaillants étaient limités à l'achat d'une machine par adresse.

Les critères ont été réévalués par le FAQDD, RECYC-QUÉBEC et Boissons Gazeuses Environnement (BGE), qui ont enlevé les contraintes liées à l'achat d'une gobeuse par adresse sans limite journalière. Les montants disponibles pour le remboursement des équipements demeure le même. De plus, l'enveloppe réservée aux petits détaillants a été supprimée puisque les gestionnaires du programme estiment que ceux-ci ont bien participé la première année. Enfin, s'est ajouté un critère de volume minimal de 5000 contenants récupérés par machine existante pour privilégier les sites qui récupèrent davantage. Si vous pensiez diminuer les files d'attente aux heures de pointe avec l'ajout d'une gobeuse, ce n'est pas l'objectif du programme. Dans le cas où ces critères porteraient préjudice à certains détaillants, le FAQDD se dit ouvert à les réviser en cours d'année. À noter qu'une enveloppe de 7 millions de dollars a été réservée pour la deuxième année. Notre demande de supprimer la limite minimale de 10 ans pour les équipements usés prématurément en raison de leur surutilisation n'a pu être utilisée : l'âge étant fixé par décret, il n'est pas possible de le modifier à court terme.

Le formulaire de remboursement, la liste des équipements autorisés, ainsi que tous les renseignements sur le programme sont disponibles sur le site web du FAQDD : faqdd.qc.ca.

LES MEMBRES DE LA CAQ EN MODE ENVIRONNEMENT ▼

Lors de son récent conseil général sur le thème de l'environnement, les membres de la CAQ ont débattu sur de nombreuses résolutions avec pour objectif de bonifier la plate-forme du parti. On savait les vellétés du Premier Ministre Legault de faire du Québec « la batterie verte de l'Amérique du Nord » en voulant utiliser au maximum le potentiel hydroélectrique québécois, mais certaines nouvelles mesures pourraient avoir un impact important sur la façon de servir votre clientèle.

Mise en œuvre d'un plan de retrait du plastique à usage unique, imposition de redevances et consigne sur les bouteilles d'eau afin de réduire progressivement leur utilisation, mise en place des mesures pour encourager le recours aux emballages écoresponsables et pour lutter contre le suremballage, mise en œuvre des mesures pour lutter contre le gaspillage alimentaire et augmenter de façon significative la cueillette et le recyclage du verre. La CAQ s'engage sur des terrains relativement nouveaux, mais dans l'air du temps. Définir le quoi est relativement facile, c'est quand on entre dans le comment que ça devient souvent plus complexe surtout lorsqu'il est question de matières résiduelles.

L'ADA souhaite collaborer avec le gouvernement dans la recherche de solutions concrètes, applicables et réellement meilleures pour l'environnement.

AGROALIMENTAIRE

RENCONTRE ANNUELLE DES PARTENAIRES – MAPAQ ▼

Le 31 mai dernier, le Ministre de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation, M. André Lamontagne avait convié toute l'industrie bioalimentaire à Drummondville pour la première rencontre annuelle des partenaires de la politique bioalimentaire 2018-2025. Réunissant plusieurs partenaires gouvernementaux et du secteur bioalimentaire engagés dans la mise en œuvre de la Politique, cette rencontre s'articulait autour des deux grandes ambitions de la Politique : maintenir un haut niveau de confiance des consommateurs et développer un secteur bioalimentaire prospère et durable.



En plus de son homologue fédérale, M^{me} Marie-Claude Bibeau, le Ministre Lamontagne a pu compter sur la participation de ses collègues M^{me} Danielle Maccan (Santé), M. Benoît Charette (Environnement), M. Pierre Fitzgibbon (Économie) qui sont venus échanger et identifier quelques pistes de convergences entre les objectifs de leurs ministères respectifs et ceux de la Politique avec les participants.

Cette rencontre a également été l'occasion de présenter les résultats de l'analyse préliminaire des résultats du Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments réalisée par le CIRANO. Cette dernière a pour objectif de suivre le niveau de confiance des consommateurs au Québec et identifier les déterminants de cette confiance et se veut également un outil d'aide à la décision pour le gouvernement et les acteurs de la chaîne alimentaire. Il en ressort une grande confiance envers les aliments québécois, mais également beaucoup de confusion par rapport à la surabondance d'information disponible parfois contradictoire.



ALCOOL

LE GOUVERNEMENT FERME LA PORTE À UNE PRIVATISATION DE LA SAQ, PUIS SE RAVISE ▼

Dans un article publié dans le Journal de Montréal le 11 avril dernier, le gouvernement caquiste a fermé la porte à toute privatisation totale ou partielle de la Société des alcools du Québec. De plus, le gouvernement ne souhaite pas non plus que des produits exclusifs puissent se retrouver dans le réseau alimentation. Le rapport rédigé par PwC l'été dernier et soumis au gouvernement quelques semaines avant les élections est bel et bien tabletté, le gouvernement actuel préférant « optimiser le modèle actuel ».

Dans l'opposition puis lors de la campagne électorale, les troupes caquistes se disaient pourtant favorables à une concurrence accrue entre les différents réseaux de distribution. Après analyse du rapport de PwC, le gouvernement estime que les effets seraient trop « extrêmes » pour la société d'État. Les derniers résultats trimestriels montrent pourtant que le réseau alimentation se démarque favorablement dans la vente d'alcools bien que la catégorie qui mène la croissance soit toujours celle des spiritueux.

Puis, surprise au début mai : le ministre des Finances Éric Girard, interrogé à l'Assemblée nationale durant l'étude des crédits du monopole d'État, a dit « poursuivre sa réflexion en vue de libéraliser le marché ». Nous le rappelons depuis des années, le réseau alimentation est loin d'être utilisé à son plein potentiel.

DE L'OXYGÈNE POUR LES MICRODISTILLERIES DU QUÉBEC ▼

Bien que nous n'ayons pas le droit de vendre leurs produits dans nos commerces, nous saluons cette belle annonce qui donnera de l'oxygène aux microdistilleries. Le gouvernement a exigé une baisse des profits que fait la Société des alcools du Québec (SAQ) sur les ventes de spiritueux effectuées à l'extérieur des succursales de la société d'État.

Par communiqué, la SAQ a annoncé qu'elle abaissait sa majoration à 52,1 %. Le prix des produits vendus sur le lieu de production demeurera le même, mais la marge des producteurs sera sensiblement majorée. Pour Jean-François Cloutier, président de l'Association des micro-distillateurs du Québec (AMDQ) et copropriétaire de la Distillerie du St-Laurent, il reste du chemin à faire. Par exemple, au Nouveau-Brunswick la société d'État ne perçoit aucune majoration pour la « vente sur place »!

TABAC

PAQUETS NEUTRES DÈS LE 7 FÉVRIER 2020 ▼

Santé Canada a dévoilé le 1er mai dernier la nouvelle réglementation entourant la vente de tabac au pays. L'intérieur et l'extérieur des paquets de cigarettes devront être le moins attrayants possible, comme c'est déjà le cas en Australie. Les paquets devront être bruns, d'une couleur « terne et mate », et les écritures grises, dans la même taille, la même police et de format rectangulaire. Les avertissements de santé, tout comme les images d'organes détériorés en raison du tabagisme, seront maintenus sur les paquets. Les cigarettes seront toutes blanches, y compris le filtre, et ne pourront pas afficher la marque du fabricant.

Santé Canada souhaite décourager les fumeurs, notamment les jeunes, de se procurer du tabac. Pour les détaillants cependant, la lutte contre la contrebande pourrait s'avérer plus difficile, car les petits détails mentionnés ne rendront pas l'identification évidente. La réglementation entrera en vigueur le 7 février 2020.

LE VAPOTAGE, MOYEN DE CESSATION TABAGIQUE? ▼

Un juge de la Cour supérieure a invalidé la loi qui interdit la publicité du vapotage auprès des fumeurs qui souhaitent cesser de fumer. Ce jugement permettrait aux commerçants de l'industrie du vapotage de reprendre la publicité dans le cas où elle cible les fumeurs qui souhaitent arrêter de fumer. Le juge Daniel Dumais déclare ainsi invalides et inopérants certains éléments de la loi de novembre 2015 visant à renforcer la lutte contre le tabagisme qui ne permettait pas aux commerçants d'exposer leurs produits de vapotage.

Selon le juge, cette loi « muselait en grande partie » les commerçants. Il existe des « solutions moins drastiques » qui permettent de servir les intérêts de tous, « soit d'autoriser la publicité pourvu qu'elle cible clairement et uniquement les fumeurs et qu'on la présente comme un moyen de cessation tabagique. Rien d'autre. »

En d'autres mots, « qu'on en fasse la promotion à une seule fin, soit celle d'alternative à la cigarette ordinaire et au tabac, qui tuent ». Évidemment, les interdictions de publicité des cigarettes électroniques destinées aux mineurs ne sont pas permises.

Enfin, le juge donne six mois au gouvernement pour changer la loi afin de tenir compte de son jugement.



DOSSIER DIVERS

BUDGET 2019-2020 DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC : PLUS D'ARGENT ET DE SERVICES POUR L'ENSEMBLE DES QUÉBÉCOIS ▼

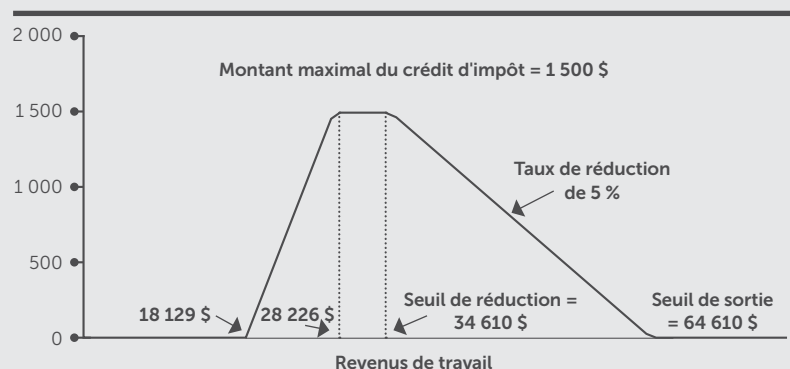
Éric Girard, ministre des Finances du Québec, a déposé le premier budget du gouvernement caquiste, élu en octobre dernier. Sans surprise, les priorités suivent celles énoncées durant la campagne : remettre de l'argent dans les poches des Québécois; un réinvestissement majeur dans les secteurs clés de l'éducation et de la santé; accroître le potentiel économique du Québec et donner une nouvelle impulsion à la création de richesse. L'ADA était présente au huis clos réservé aux groupes socio-économiques ainsi qu'à la réception suivant la présentation du budget à l'Assemblée nationale, en présence des 125 ministres et députés.

La pénurie de main d'œuvre fait partie des enjeux d'envergure auxquels est confrontée l'économie québécoise. C'est pourquoi le gouvernement a annoncé plusieurs mesures pour favoriser le maintien en emploi ou l'attraction des travailleurs expérimentés, des immigrants ou des personnes en situation de handicap. De plus, quelques mesures environnementales en matière de gestion des matières résiduelles ont été prévues dans le budget, ce qui laisse présager une réflexion plus importante de la part du ministère de l'Environnement et de la Lutte contre le changement climatique et RECYC-QUÉBEC sur ces questions au cours de l'année 2019.

PARMI LES MESURES SUSCEPTIBLES D'INTÉRESSER LES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION, NOUS RETENONS :

La mise en place d'un crédit d'impôt pour la prolongation de carrière : l'âge d'admissibilité sera abaissé à 60 ans et le plafond des revenus de travail excédentaires admissibles au crédit d'impôt passera à 10 000 \$ pour les travailleurs de 60 à 64 ans et demeurera à 11 000 \$ pour les 65 ans ou plus. La baisse d'impôt additionnelle pour les travailleurs de 60 ans pourra atteindre 1 500 \$. Pour les travailleurs âgés de 61 à 64 ans, la bonification des plafonds permettra d'accorder une baisse maximale qui variera de 150 \$ à 1 050 \$. Dans le cadre des consultations prébudgétaires, l'ADA avait formulé des demandes allant dans ce sens. *Exemple :*

Illustration du crédit d'impôt pour la prolongation de carrière d'un travailleur de 60 ans - 2019 (en dollars)



La réduction des charges sur la masse salariale pour favoriser le maintien en emploi des travailleurs d'expérience prendra la forme d'un remboursement aux PME de tous les secteurs. Ce remboursement sera de 50 % pour les travailleurs âgés de 60 à 64 ans à concurrence de 1 250 \$ par travailleur et de 75 % pour les travailleurs âgés de 65 ans ou plus à concurrence de 1 875 \$ par travailleur.

Des programmes pour favoriser la formation en entreprise et le transfert de compétences en milieu de travail.

Un soutien à la réduction et à la gestion responsable des matières résiduelles : 20 millions de dollars pour la modernisation des centres de tri sur 5 ans; 20 millions de dollars en financement d'innovations technologiques sur 4 ans pour améliorer les processus de collecte, de tri, de transport et de conditionnement; 7,5 millions sur 4 ans pour améliorer la récupération dans les lieux publics (hors foyer) et 5,5 millions sur 4 ans pour encourager les commerces ainsi que le réseau public et parapublic à diminuer le recours aux produits à usage unique.

L'ajout de 36,4 millions de dollars en 2019-2020 au programme ESSOR, lequel soutient les PME qui investissent dans la transition technologique, numérique et verte, et auquel les détaillants en alimentation peuvent souscrire s'ils souhaitent développer le volet numérique de leur commerce.

LES TAXES DES PME VONT CONTINUER DE BAISSER ▼

Lors de l'étude détaillée du projet de loi 13, modifiant la Loi sur les impôts, la Loi sur la taxe de vente du Québec, et la compétitivité à l'égard de la taxation des entreprises québécoises par rapport aux provinces voisines sont revenues sous les projecteurs.

Le ministre des Finances a indiqué que le taux d'imposition des petites et moyennes entreprises va continuer de baisser : « De façon générale, nous sommes conscients qu'il demeure un écart de compétitivité entre la globalité du régime fiscal des entreprises québécoises et celui de nos partenaires commerciaux ». M. Girard a ajouté que « le Québec est champion des taxes sur la masse salariale, malheureusement. Notre taux d'imposition est à peu près le même que celui de l'Ontario et les autres provinces canadiennes, bien que deux d'entre elles aient déjà manifesté le désir de le réduire ».

LES RÉGIONALES DE L'ADA

La régionale est un moment privilégié pour vous, nos détaillants. Vous avez la chance de passer du temps entre détaillants et avec l'ADA pour aborder les enjeux locaux et plus largement ceux de l'industrie.



RÉGIONALE MAURICIE

Le 7 mai dernier, une douzaine de détaillants de la Mauricie ont répondu à l'invitation de l'ADA et de notre président régional Jean-Philippe Morissette au restaurant Archibald de Trois-Rivières. C'était l'occasion d'échanger sur les enjeux d'actualité et les différents services offerts aux membres de l'ADA tels que les programmes HED et Bubbles. D'ailleurs, deux représentants de Morneau Shepell nous ont accompagnés pour expliquer leur programme d'assurance collective offert aux membres de l'ADA.

Les détaillants de la région ont démontré beaucoup d'intérêt pour l'accompagnement du personnel par la formation, ils veulent en faire plus. La Mauricie n'est pas exempte d'enjeux de main-d'œuvre, mais comme le faisait remarquer un marchand, elle ne peut pas compter sur un bassin de nouveaux arrivants pour combler ses besoins.

Parmi les enjeux discutés, les préoccupations les plus grandes viennent des différents enjeux environnementaux. Les visés de certaines municipalités quant au bannissement de certains types d'emballages amènent bien des questionnements et inquiétudes. L'autre grande appréhension : est-ce que le gouvernement caquiste va plier aux appels à l'élargissement de la consigne et ainsi embourber encore davantage nos opérations et nos entrepôts? L'enthousiasme est loin d'être au rendez-vous.

Pour en savoir plus sur nos événements, n'hésitez pas à nous contacter au **514 982 0104** ou visiter : adaq.qc.ca

À LA MÉMOIRE DE

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



LOUIS LIMOGES / 1933-2019

Louis chérissait ses meilleurs amis de nombreuses années et bien d'autres, et surtout ses très chers employés. Il a vraiment vécu pleinement sa vie et l'a consacré toute entière à sa famille, ses amis, sa communauté et à son entreprise familiale, Pied-Mont Dora.

Il avait une façon incroyable de réunir les gens pour célébrer la vie, sa famille et ses amis se souviendront toujours de sa générosité et de sa compassion pour les autres. Il a inspiré beaucoup de personnes à s'aider eux-mêmes et la communauté, nous garderons sa mémoire pour toujours.



MARIE-ÈVE NAUD / 1977-2019

Marie-Ève était une jeune mère de famille pleine de vie. La famille et le IGA de la Tuque étaient très importants pour elle, ayant grandi dans l'épicerie de son père avec son frère. Très aimée des habitants de sa ville, La Tuque, c'est le cœur lourd que tous les habitants lui font leurs adieux. Ce dont nous nous souviendrons de Mademoiselle Naud, ce sera surtout et avant tout son sourire et sa bonne humeur.



RÉJEAN GERVAIS / 1939-2019

L'année dernière, nous lui rendions hommage lors du Temple de la renommée de l'ADA et cette année, nous sommes au regret d'apprendre qu'il nous a quitté. Comme l'a écrit Stéphane Normandin, Réjean laisse trois héritages... L'épicerie, sans laquelle la municipalité de Saint-Boniface n'aurait plus le même visage, l'héritage d'une implication hors norme dans la vie de sa communauté, qui devrait être un exemple pour tous... Mais aussi le plus précieux des héritages : une famille, belle et nombreuse, à laquelle il a su insuffler ses magnifiques valeurs de cœur, et qui perpétueront longtemps encore le souvenir d'un homme d'exception.

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 : info@adaq.qc.ca

56^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



Le tournoi de golf annuel de l'ADA a eu lieu le 21 mai dernier et comme à son habitude, ce fut un franc succès! Le soleil (le vent) et la bonne humeur étaient au rendez-vous. Cette année plus de 250 détaillants, fournisseurs et partenaires ont profité de cette occasion en or pour échanger et réseauter dans ce joli décor qu'est le golf Elm Ridge.



MERCI À NOS
COMMANDITAIRES

COMMANDITAIRE PRINCIPAL

arneg

CANADA

arneg

SYSTÈMES

COMMANDITAIRES ASSOCIÉS

 **Provigo**

sobey's  **metro**



Plus de
photos sur
adaq.qc.ca



COMMANDITAIRES OR

..... LES SERVICES



COMMANDITAIRES ARGENT





LES KIOSQUES ÉTAIENT NOMBREUX

Échantillon de certains kiosques présents lors du tournoi.



ET LA VICTOIRE REVIENT À...

Tout le monde sort victorieux du tournoi de golf, mais voici quelques photos des gagnants de cette année.



LE COCKTAIL, MOMENT PHARE

Le cocktail est toujours un bon moment pour construire son réseau et faire le bilan de la journée.



ÉVEIL DE NOS PAPILLES

Un moment unique et savoureux pendant lequel les golfeurs et les non golfeurs peuvent se retrouver et ainsi finir la soirée en beauté.



L'ÉQUIPE DE L'ADA VOUS DIT MERCI !

C'est avec grand plaisir que l'ADA a organisé pour la 56^e année son tournoi de golf annuel. Au fur et à mesure du temps, cet événement n'a cessé de croître, et ce pour une bonne raison, il nous permet de partager, de se rencontrer et de consolider les liens avec nos détaillants, fournisseurs et partenaires

De gauche à droite :

Daniel Choquette, Directeur, Développement des affaires;
Pierre-Alexandre Blouin, Président-directeur général;
Louise Gravel, Directeur Événements et base de données;
Manon Dextras, Directrice, Finances et administration et
Lola Chauvin, Responsable communications.



LA GESTION D'ÉQUIPE

Exercer de manière efficace son rôle de gestionnaire est à la fois stimulant et exigeant. Stimulant, car vous devenez un leader qui mobilise, développe et optimise les forces de l'équipe. Exigeant, car ce rôle vous demande de vous adapter constamment dans un environnement de plus en plus complexe. Développer et mettre à jour ses façons de faire vous permet de répondre aux besoins de votre équipe et de favoriser la fidélisation de vos employés.

Crystèle Villien
Coordonnatrice de formation



POUR RÉPONDRE À CES DÉFIS, LE COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION (CSMOCA), EN COLLABORATION AVEC LE COLLÈGE MONTMORENCY, VOUS PROPOSE UNE FORMATION DE DEUX JOURS SUR LES BONNES PRATIQUES EN GESTION DES RESSOURCES HUMAINES. CETTE FORMATION, EXCLUSIVE AU SECTEUR DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION, S'ARTICULE AUTOUR DE 4 GRANDES THÉMATIQUES :

Être coach et leader pour reconnaître votre style de leadership et ainsi intervenir efficacement auprès de votre équipe.

Communication et travail d'équipe pour expérimenter des approches de communication dans différents contextes et ainsi vous adapter facilement.

Entretien RH pour vous préparer et mener différents entretiens de gestion de manière efficace.

Gestion des conflits et des personnalités difficiles pour agir dans diverses situations conflictuelles et auprès de différentes personnalités.

Tous les exemples et les mises en situation sont spécifiques au secteur. Ces deux jours de formation misent également sur les nombreux échanges entre participants pour enrichir les apprentissages.

Miser sur vos forces et celles de votre équipe. Inscrivez-vous !



L'ADA VOUS EN DONNE PLUS!

L'ADA vous offre un accès gratuit au **Portail performance CSMOCA.**

CE PORTAIL VOUS DONNE ACCÈS À 11 FORMATIONS EN LIGNE, À UN COFFRET DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES FACILE D'UTILISATION ET À UN OUTIL DE CRÉATION DE MANUEL D'EMPLOYÉ COMPLET RESPECTUEUX DES NORMES QUÉBÉCOISES ET VALIDÉ PAR LES GRANDS JOUEURS DE NOTRE INDUSTRIE.



Vos employés, nouveaux ou plus anciens, ont-ils le réflexe de « carter » les mineurs lors de ventes de produits interdits? Comprennent-ils l'importance de ce geste et les impacts financiers du non-respect de la loi 44?



Vos employés réalisent-ils l'importance de ce que sont les pertes dans un commerce? Ont-ils une idée de l'impact financier d'un retard de pause, d'un mauvais étiquetage, d'une mauvaise réception de marchandise ou d'un vol interne ou externe?



Vos marges bénéficiaires sur les bières de microbrasseries sont plus élevées que pour les bières commerciales, aimeriez-vous que vos employés possèdent les connaissances nécessaires pour guider vos clients et ainsi augmenter vos ventes pour cette catégorie?

**INSCRIVEZ-VOUS
DÈS MAINTENANT!**

Contactez Catherine Séguin :
cseguin@adaq.qc.ca
514 982-0104 poste 230

Pour plus d'informations sur le CSMOCA et pour découvrir tous les outils qui vous attendent grâce au partenariat signé avec l'ADA, consultez le csmoca.org

Un partenariat ADA/CSMOCA pour améliorer votre performance!



Qu'ont en commun les
équipes gagnantes?

UN COACH PERFORMANT !

- DEVEENEZ UN COACH ET LEADER EXEMPLAIRE
- AMÉLIOREZ LES COMMUNICATIONS
ET LE TRAVAIL D'ÉQUIPE
- GÉREZ DES CONFLITS ET DES PERSONNALITÉS
DIFFICILES
- SIMPLIFIEZ VOS RELATIONS DE TRAVAIL



Le **CSMOCA** offre la formation **GÉRANT PERFORMANT** pour les gérants, les assistants-gérants, les superviseurs, les directeurs et les propriétaires.

Cette formation de deux jours, créée **EXCLUSIVEMENT** pour le secteur du commerce de l'alimentation par le collège Montmorency, propose, en plus de la théorie, des exemples et des mises en situations empruntés à votre réalité.

**POUR OBTENIR PLUS DE L'INFORMATION
OU RÉSERVER VOTRE GROUPE PRIVÉ**
csmoca.org/fr/main-oeuvre/formation-gerant/
Téléphone : 514 499-1598



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



**EXPERTS EN
MARCHANDISAGE,
MONTREZ DE QUOI
VOUS ÊTES CAPABLES!**

4 au 31 août 2019

(Date limite d'inscription : 2 août 2019)

LES INSCRIPTIONS
SONT OUVERTES!

C'est avec joie que nous vous
annonçons le retour du concours

LES ALIMENTS DU QUÉBEC

dans mon panier!

L'idée du concours est simple, on souhaite créer une saine compétition au sein de l'industrie afin de générer des projets de merchandising originaux des Aliments du Québec chez les détaillants propriétaires aux quatre coins de la province.

MONTREZ DE QUOI VOUS ÊTES CAPABLES

Mettez-en pleins les yeux à vos clients au mois d'août et générez des ventes avec un partenariat inédit. Courrez la chance de figurer dans une vidéo promotionnelle présentant les dessous de votre partenariat détaillant fournisseur. Les trois gagnants seront honorés lors du prochain congrès de l'ADA en novembre 2019 au Hilton Québec devant toute l'industrie alimentaire.

SOYEZ LES MEILLEURS!

Trouvez votre partenaire sans attendre. Il faut en effet se dépêcher, car il ne peut pas y avoir deux partenariats concourant avec le même produit. Un même fournisseur peut par contre participer à plus d'un partenariat, mais il devra le faire avec des SKU différents. Envoyez votre formulaire d'inscription dument rempli dès que possible.

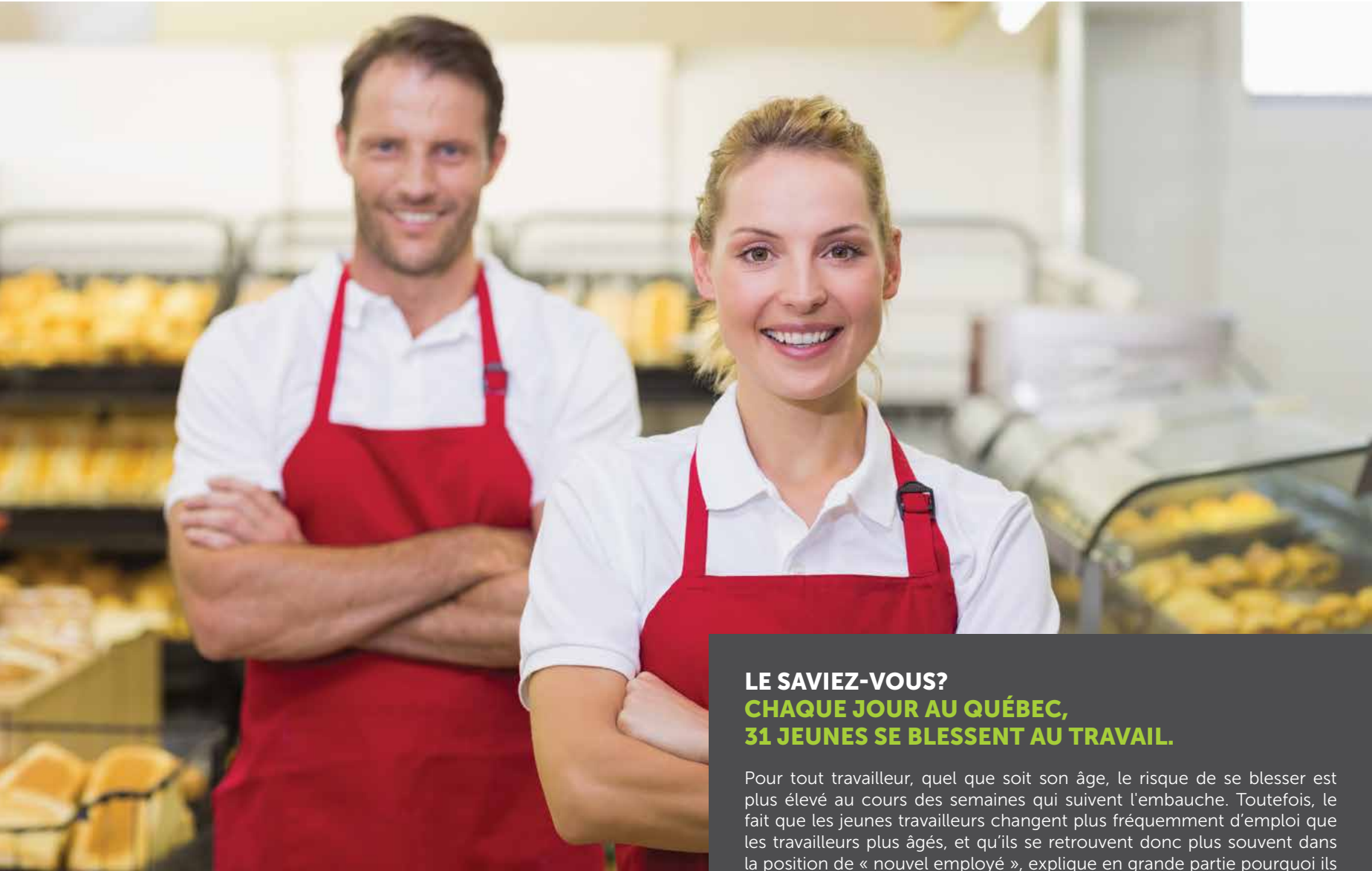
JUSQU'À QUAND JE PEUX PARTICIPER?

Vous avez jusqu'au vendredi 2 août prochain pour compléter et envoyer votre formulaire d'inscription. Le projet de mise en marché devra être réalisé du 4 au 31 août 2019.



Pour plus d'informations et inscription, rendez-vous sur
concoursalimentsduquebec.com

POURQUOI ACCORDER UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À VOS JEUNES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES?



Profitant des vacances scolaires, les jeunes joindront bientôt en masse le marché du travail. Chaque année, près de 600 000 jeunes de 15 à 24 ans vivent leur première expérience de travail. Et bon nombre d’entre eux décrochent un emploi dans le domaine de l’alimentation. Vous embaucherez des jeunes dans votre entreprise cet été? Voici quelques conseils pour bien les intégrer.

COMME ILS SONT NOUVEAUX SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI, LES JEUNES N'ONT PAS TOUJOURS CONSCIENCE DE LEURS DROITS ET DE LEURS RESPONSABILITÉS AU TRAVAIL. EN TANT QU'EMPLOYEUR, VOUS AVEZ UN RÔLE IMPORTANT À JOUER. PARMI LES PRINCIPALES MESURES À METTRE EN PLACE, IL FAUT :

informer vos jeunes des risques présents dans votre entreprise et leur offrir une formation et une supervision appropriées dès l'embauche, puis en cours d'emploi, pour qu'ils effectuent leurs tâches en toute sécurité;

créer un climat propice aux échanges pour parler des risques présents dans le milieu de travail et faire en sorte que vos jeunes travailleurs et travailleuses n'hésitent pas à poser des questions ou à faire part de leurs doutes ou de leurs observations s'ils repèrent un danger;

expliquer clairement les tâches, vos attentes, les politiques de l'entreprise ainsi que les conditions de travail;

tenir compte des jeunes dans vos travaux d'équité salariale. En veillant à ce que toutes les caractéristiques de leur emploi soient considérées lors de l'évaluation, vous vous assurez de les rémunérer à leur juste valeur.

LE SAVIEZ-VOUS? CHAQUE JOUR AU QUÉBEC, 31 JEUNES SE BLESSENT AU TRAVAIL.

Pour tout travailleur, quel que soit son âge, le risque de se blesser est plus élevé au cours des semaines qui suivent l'embauche. Toutefois, le fait que les jeunes travailleurs changent plus fréquemment d'emploi que les travailleurs plus âgés, et qu'ils se retrouvent donc plus souvent dans la position de « nouvel employé », explique en grande partie pourquoi ils sont particulièrement à risque de subir un accident du travail. De plus, les postes occupés par les 15 à 24 ans présentent plus souvent un cumul de contraintes que ceux occupés par leurs homologues plus âgés – horaires irréguliers, travail répétitif, manutention de charges lourdes –, ce qui augmente le risque de blessure.

QUELS SONT LES AVANTAGES DE BIEN INTÉGRER VOS NOUVEAUX TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES?
Une occasion pour eux d'intégrer dès le départ des méthodes de travail sécuritaires;
Une diminution du nombre d'accidents et des coûts directs et indirects qui y sont liés;
Une image positive et professionnelle de l'entreprise;
De meilleures relations de travail et un climat de travail positif
Un plus grand sentiment d'équité au sein de l'entreprise.

Dans un monde du travail en constante évolution, offrir un milieu de travail juste, équitable, sain et sécuritaire pour tous fait partie de ces atouts que chaque entreprise doit préserver et mettre en valeur.

Pour en savoir plus :
www.jeunesautravail.com

**Couper du bois
du bois
du bois
du bois
du bois
du bois
du bois
du bois
du bois
un bras
du bois
du bois
du bois
du bois**

Une machine ne fait aucune différence.

Au travail, les machines doivent être sécurisées.
Lors d'un entretien, cadenassez-les.

SIAL

L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

Canada

16^e ÉDITION DE SIAL ET SET CANADA À TORONTO, CLAP DE FIN SUR LE SUCCÈS DE 2019!

Montréal, le 6 mai 2019 – La 16^e édition du Salon international de l'alimentation (SIAL Canada) et du secteur des équipements et des technologies (SET Canada), qui avait lieu du 30 avril au 2 mai à l'Enercare Centre de Toronto, vient de fermer ses portes sur un véritable succès! Lors de ces trois jours de salon, les acteurs majeurs de l'industrie agroalimentaires se sont réunis affichant un taux de fréquentation record à Toronto, avec une croissance de près de 10 % par rapport à 2017. Avec près de 80 conférences et activités, le SIAL Canada, unique « One Stop Shop » de l'industrie s'impose, cette année encore, comme le rendez-vous incontournable du secteur agroalimentaire.





SIAL INNOVATION

C'est le premier jour du salon que les trois grands gagnants du prestigieux concours SIAL Innovation ont été dévoilés devant les visiteurs et journalistes! 117 dossiers avaient été déposés pour participer à cette 12e édition du concours. Bravo à Unbun Keto Foods pour ses produits Vegan Keto Buns, à Yummy Doh pour son produit Raw Cookie, à Lofbergs Canada Inc pour son produit Ice et à Partake Brewing pour son produit Partake Pale Ale – Craft Non-alcoholic beer.



DES CONTENUS PASSIONNANTS À DÉCOUVRIR PENDANT LES CONFÉRENCES.

Chacune des 50 conférences proposées aux visiteurs étaient présentées par de véritables experts du domaine, ce qui permettait de diffuser un contenu qualitatif et d'une grande diversité. Parmi les sujets phares nous retrouvons bien sûr l'innovation dans le cadre de différents sujets liés à la Food Tech, et la mise en lumière de nombreuses tendances de marchés. Également à noter, les différentes sessions dédiées aux Start up alimentaires, qui offraient aux participants des conseils avisés sur le lancement de leur entreprise : un grand succès!



INNOVATION, LOCALE ET INTERNATIONALE, LES MAÎTRES MOTS DU SIAL CANADA!

Avec 1130 exposants et marques provenant de plus de 50 pays répartis sur une superficie de 280 000 pieds carrés et quelque 25 106 visiteurs professionnels venus d'une soixantaine de pays, cette édition de SIAL Canada et SET Canada a été une nouvelle fois couronnée de succès tant sur le plan de l'offre que sur celui des visiteurs. Selon monsieur Xavier Poncin, directeur général du SIAL Canada, l'édition 2019 confirme l'importance d'un tel événement en alternance dans les deux provinces les plus importantes du Canada. Jamais la représentation locale cumulée à l'offre internationale exceptionnelle et les nombreuses innovations n'auront été si importantes. « Non seulement nous avons vécu une croissance des entreprises internationales tirées par le dynamisme du Canada sur la scène internationale, et la signature de multiples accords internationaux, mais fait marquant, les entreprises de l'Ontario ont prouvé à travers une croissance de participation de 20 % (record cette année) par rapport à 2017, ainsi que leur implication record dans le Concours SIAL Innovation (plus grand nombre de participants), que le SIAL Canada est la meilleure plateforme pour développer leurs affaires au Canada et à l'International. Nous sommes définitivement ancrés dans le paysage canadien « coast to coast »! »

LES GAGNANTS DU DÉFI DES FOURNISSEURS AU SIAL

Pour la deuxième année d'affilée, nous hébergions dans notre kiosque les gagnants du Défi des fournisseurs ADA. Nous n'étions pas peu fiers de nos représentants, sans surprise Fruits de mer du Québec a suscité beaucoup d'intérêt d'acheteurs, de distributeurs et de simples passants.

On voit d'ailleurs sur la photo ci-contre, M. Pierre-Alexandre Blouin, PDG de l'ADA, M. André Lamontagne, Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et M. Jean-Claude Poissant, secrétaire parlementaire du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, qui se sont arrêtés avec grand plaisir lors de la visite officielle du SIAL Canada.



À L'ANNÉE PROCHAINE!

Toute l'équipe du SIAL Canada félicite chacun des participants qui ont fait de ce salon une réussite à tous les niveaux! Nous vous donnons rendez-vous l'année prochaine pour la 17^e édition du SIAL Canada au Palais des Congrès de Montréal. Notez d'ores et déjà ces dates à votre agenda : 15 au 17 avril 2020! Pour ne manquer aucune information : rendez-vous sur l'évènement Facebook.

LE PREMIER CONCOURS INTERNATIONAL DE FROMAGES BY SIAL

Ce concours spécialement dédié aux fromages était le premier du genre sur site mais aussi au Canada! Le jury présidé par Gurth Pretty et constitué de professionnels de l'industrie fromagère a évalué près de 230 fromages venant de 9 pays à travers 23 catégories. Félicitations au fromage nommé Fromage Grand Champion : Alfred le fermier Grand Cru, un fromage québécois de la Fromagerie La Station! (également nommé Meilleur Fromage à Pâte ferme et Meilleure Produit Laitier du Canada!)



Vous appréciez notre travail?

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



Suivez-nous



Commentez

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

15, 16 ET 17 NOVEMBRE 2019
HILTON QUÉBEC (QUÉBEC)

64^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE!

Cette année, nous reprenons les mêmes ingrédients que les années précédentes. Vous retrouverez des conférences pertinentes, choisies minutieusement pour vous, et ce, dès le vendredi après-midi. Le congrès de l'ADA est un moment important de l'année, il permet de se retrouver mais aussi d'apprendre de ses compères, de découvrir de nouveaux produits ou challenges. Ne manquez pas ce rendez-vous unique rassemblant un grand nombre de fournisseurs et détaillants!

VENDREDI



Conférence principale :

NEIL STERN

**APPRENDRE DES MEILLEURS CONCEPTS
DE MAGASINS AUX ÉTATS-UNIS**

Senior Partner, McMillanDoolittle.

* traduction simultanée offerte



Conférence :

RIADH LADHARI

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Professeur titulaire, Directeur du Centre
en commerce de détail et marketing digital,
Université de Laval



Concours

DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

Les trois gagnants du concours
Les Aliments du Québec dans mon panier!
seront honorés lors du congrès.

PRESTATION MUSICALE URBAINE

LOUNGE

SAMEDI

AGA

DOSSIERS POLITIQUES

CONFÉRENCES

DÉFI DES FOURNISSEURS

TEMPLE DE LA RENOMMÉE

(DÉTAILLANTS ET FOURNISSEUR)



VOLET FOURNISSEUR



Serge Bohec
La Petite Bretonne
Blainville

VOLET DÉTAILLANT



Marcel Laroche
Metro Laroche
Laurier-Station et St-Étienne-de-Lauzon



Raymond Proulx
Les alimentations R.H.P.P. inc. (Provigo)
Montréal-Nord



Bruno, Luc et Gérald Lambert
Les Marchés Lambert et frères Inc. (IGA)
Monterégie et Estrie



François Roberge
Marché Richelieu Sillery
Sillery

RÉSERVEZ AVANT LE 14 OCTOBRE ET ÉCONOMISEZ !

Détaillants, fournisseurs, sachez que d'importants rabais sont offerts à ceux qui s'inscrivent tôt. Dès le 24 juillet, vous aurez la possibilité de réserver votre chambre, alors n'attendez plus!

COÛTS INSCRIPTION COMPLÈTE (AVANT TAXES)

DÉTAILLANT

Jusqu'au 13 octobre		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	500 \$	600 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	700 \$	800 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	900 \$	1 000 \$
Après le 13 octobre		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	700 \$	900 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	900 \$	1 100 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	1 100 \$	1 300 \$

FOURNISSEUR ET DISTRIBUTEUR

Jusqu'au 13 octobre	
Membre*	1 690 \$
Non-membre	2 150 \$
Après le 13 octobre	
Membre*	1 950 \$
Non-membre	2 400 \$

COÛTS INSCRIPTION À LA CARTE (AVANT TAXES)

	Détaillant	Fournisseur
Vendredi	350 \$	750 \$
Samedi	500 \$	1 150 \$

Coûts inscription Escouade jeunesse (avant taxes)

175 \$ + taxes pour le premier enfant
125 \$ + taxes pour les enfants additionnels

IMPORTANT !

Réservation des chambres

Afin de bénéficier d'un tarif préférentiel et surtout pour nous éviter des frais additionnels, merci d'utiliser notre code d'événement au moment d'effectuer la réservation de votre chambre.

Sans frais: 1-800-447-2411 ou le 418-647-6500

Réserver en ligne: book.passkey.com/e/49309893

Code de réservation: GALIB

DIMANCHE

SPECTACLE HUMORISTIQUE

* Sujet à changement, sans préavis.

FORMULAIRE D'INSCRIPTION > 64^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

15, 16 et 17 novembre 2019 – Hilton Québec – Québec

CATÉGORIE

☐ Détaillant ☐ Fournisseur ☐ Distributeur

INSCRIPTION COMPLÈTE

INSCRIPTION À LA CARTE

☐ Congrès annuel 3 jours
☐ Escouade jeunesse

☐ Vendredi
☐ Samedi

Entreprise : _____

Nom et prénom (délégué(e)) : _____

Nom et prénom (conjoint(e)) : _____

Adresse : _____ Ville : _____

Province : _____ Code postal : _____

Téléphone : _____ Cellulaire : _____

Courriel : _____

ESCOUADE JEUNESSE

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

ALLERGIES ALIMENTAIRES

☐ Oui ☐ Non Précisez : _____

PAIEMENT

Total avant taxes : _____

☐ Visa ☐ MasterCard ☐ Facturez-moi

Nom du détenteur : _____

N° de carte : _____

Date d'expiration : _____

Signature : _____

Important

Vous devez réserver vos chambres directement auprès du Hilton Québec, vous avez du 24 juillet au 14 octobre

Sans frais : 1-800-447-2411 ou le 418-647-6500

Pour réserver en ligne : book.passkey.com/e/49309893

Le code de réservation : GALIB

Annulation

Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 14 octobre afin de recevoir un remboursement complet moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus par délégué(e).

Retournez à lgravel@adaq.qc.ca ou par fax : **514.849.3021**. Aucun remboursement après le 16 octobre; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 31 octobre.

ASSEMBLÉE ANNUELLE AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES DÉTAILLANTS

Cher membre détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. André Forget, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres détaillants de l'ADA, qui aura lieu dans le cadre du 64^e congrès annuel de l'Association, le samedi 16 novembre 2019 au Hilton Québec.

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

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

Je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

Bruno Desrochers

Secrétaire de l'ADA
Provigo Desrochers

Pour retourner ce formulaire :

Par télécopieur : 514-849-3021

Par courriel : cseguin@adaq.qc.ca

Par la poste : 2120, Sherbrooke Est, Bureau 900,
Montréal, Qc, H2K 1C3

RÉSOLUTION SOUMISE

Sujet : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Il est proposé que : _____

N° téléphone : _____

Commerce : _____

Courriel : _____

N° de membre : _____

Signature du proposeur : _____

CANDITATURE(S) SOUMISE(S)

Je, soussigné(e), sou mets à la considération du Comité de mise en nomination la ou les personne(s) suivante(s) au poste d'administrateur au conseil d'administration de l'ADA :

Nom	Commerce	Ville
_____	_____	_____
_____	_____	_____

N° téléphone : _____

Commerce : _____

Courriel : _____

N° de membre : _____

Signature du proposeur : _____

Date limite : **14 octobre 2019**



DÉFI DES FOURNISSEURS ADA

16 NOVEMBRE 2019 | HILTON QUÉBEC

Le Défi des fournisseurs ADA s'adresse aux membres de l'ADA ayant réalisé une innovation durant la dernière année. Après avoir soumis leur candidature, les entreprises sélectionnées pourront occuper un kiosque depuis lequel ils auront la chance d'effectuer des « pitches » de vente aux congressistes qui défilent en petits groupes de kiosques en kiosques.

À GAGNER

L'entreprise gagnante méritera les éléments suivants :

- Remise de prix devant l'ensemble des acteurs de l'industrie réunis le 16 novembre 2019, dans le cadre du congrès de l'ADA;
- Un portrait publié dans l'une des éditions 2020 du magazine RADAR. Il s'agit du seul magazine québécois s'adressant spécifiquement aux détaillants en alimentation;
- Un espace à l'intérieur du kiosque de l'ADA lors du SIAL Canada à Montréal du 15 au 17 avril 2020;
- Un espace de kiosque promotionnel lors de l'édition 2020 du congrès de l'ADA qui aura lieu du 6 au 8 novembre 2020 à Charlevoix.

CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ

Toute entreprise ayant un produit ou un service à offrir aux détaillants en alimentation peuvent, à priori, participer au Défi des fournisseurs ADA. De plus, les entreprises souhaitant participer au défi doivent :

- Être membre de l'ADA et avoir payé sa cotisation pour l'année en cours;
- L'innovation doit avoir été développée ou commercialisée entre le 18 novembre 2018 et le 16 novembre 2019;
- Si ce n'est déjà le cas, le service ou le produit présenté par l'entreprise doit pouvoir être accessible au Québec dans un avenir rapproché;
- Avoir acheminé son formulaire d'inscription avant le 7 octobre 2019 à 17h à l'adresse suivante : dchoquette@adaq.qc.ca.

DATES IMPORTANTES

6 JUIN
Début des inscriptions

7 OCTOBRE
Fin des inscriptions

17 OCTOBRE
Dévoilement des
entreprises retenues

16 NOVEMBRE
Exposition et dévoilement
du grand gagnant

QUESTIONS ?

Daniel Choquette
dchoquette@adaq.qc.ca
514-262-1691

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

adaq.qc.ca/event/defidesfournisseurs



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

NOUVELLES

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.

ASDA

+

Sainsbury's

FUSION ASDA – SAINSBURY'S : LES AUTORITÉS BRITANNIQUES BLOQUENT LA TRANSACTION

Le 25 avril, l'autorité britannique de la concurrence et des marchés a décidé de bloquer la vente de la chaîne Asda, propriété de Walmart depuis 1999, à la bannière Sainsbury's, arguant que la transaction pourrait entraîner des prix plus élevés, une moins grande qualité et, de façon générale, « une moins bonne expérience d'achat » pour les consommateurs britanniques.

Selon Grocery Dive, cette décision fait suite à un rapport préliminaire de février exprimant les mêmes craintes. Pour rassurer le chien de garde, les dirigeants des deux chaînes avaient promis de réduire de 10 % les prix des biens de première nécessité, d'appliquer un seuil aux marges obtenues sur le prix de l'essence, d'assurer un approvisionnement juste et équitable, tout en se soumettant à l'évaluation d'une tierce partie. Rappelons que cette fusion aurait donné naissance à la plus grande chaîne d'épicerie du Royaume-Uni, qui aurait détenu 2 800 magasins et 60 % des parts de marché mais aurait surtout dépassé le numéro 1 Britannique, Tesco.



GUERRE DU BIO : LES PETITS DISTRIBUTEURS FOURBISSENT LEURS ARMES CONTRE LA GRANDE DISTRIBUTION

Dans la dernière édition de RADAR, nous faisons état de la guerre qui fait rage dans le bio depuis que les grandes enseignes développent leur propre filière biologique française, au détriment des fournisseurs et des distributeurs historiques. Il faut dire que le marché est très lucratif, avec une croissance de près de 20 % grâce à des ventes atteignant 4,5 milliards d'euros dans la grande distribution seulement. Les réseaux spécialisés traditionnels, comme Biocoop (560 boutiques) ou La Vie claire (353 boutiques), qui connaissent également une forte croissance comme le montrent les ouvertures de magasins, ont décidé de passer à l'offensive. Laurence Girard, journaliste spécialisée dans les enjeux agroalimentaires, a décidé de mener l'enquête sur les nouvelles pratiques des enseignes spécialisées dans un article publié le 24 avril dans les pages du Monde.

Dans toute boutique, l'offre de produits en rayons est un gage de différenciation. C'est pourquoi Biocoop a décidé de revoir les relations avec ses fournisseurs, quitte à mettre fin à des ententes de longue date. Par exemple, l'entreprise refuse désormais de référencer des fournisseurs dont 100 % des produits ne seraient pas bio ou dont les actionnaires exercent une activité non conforme au modèle défendu par l'enseigne, comme la vente de pesticides ou d'articles contenant des OGM.

La question prend toute son importance alors que plusieurs entreprises ont été rachetées par des grands groupes industriels ou sont très présentes dans la grande distribution. Certaines entreprises s'adaptent en fournissant des lignes de produits différenciés à chaque secteur, mais les distributeurs spécialisés tentent également de développer leurs propres marques. Ainsi, Biocoop possède deux marques, Biocoop et Ensemble, tandis que 1 900 produits sont labellisés La Vie claire, dont une centaine de nouveaux en 2018. Cela leur permet également de créer leur propre filière, avec un cahier des charges parfois plus strict que dans le bio classique. De plus, pour les deux enseignes spécialisées, il est hors de question d'abaisser les prix pour concurrencer la grande distribution, mais c'est plutôt l'occasion de profiter de cette nouvelle compétition pour raconter leur histoire et affirmer leur indépendance et leurs valeurs en lançant leurs toutes premières campagnes de publicité destinées aux consommateurs. Pas de doute possible, la guerre sera longue...

L'INDUSTRIE



WALMART S'OFFRE UNE CURE DE JOUVENCE

Dans un article publié sur le site web de Digiday le 12 avril dernier, on apprend que Walmart prévoit investir 11 milliards de dollars dans la rénovation de ses magasins afin de les transformer en « hub » de livraison et d'améliorer l'expérience client. Walmart veut rénover ses magasins pour les adapter à l'utilisation des nouvelles technologies en matière d'autonomisation des opérations. L'entreprise évoque l'achat de 1 500 nettoyeurs de planchers autonomes, 300 scanners de rayons autonomes, 1 200 déchargeurs de camion, ou encore 900 tours de ramassage de commandes en ligne. L'objectif visé est d'avoir 1 700 tours de ramassages des commandes pour 3 100 points de collecte et 1 600 points de livraison avant la fin 2019.

Walmart souhaite rénover 500 magasins cette année, en se concentrant sur le commerce en ligne, les nouvelles technologies et l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement, pour un montant total de 11 milliards de dollars. Pour Walmart, les magasins physiques sont le dernier rempart contre l'autre géant, Amazon, et il veut, par la même occasion répondre aux besoins du plus grand nombre de clientèles. De nouveaux rayons, une nouvelle offre de produits et de services sont à prévoir dans ses magasins, y compris les petites et moyennes surfaces. L'impact de cet investissement est majeur puisque selon Walmart, 90 % de la population américaine habite à moins de 10 miles de l'un de ses magasins, ce qui offre au détaillant un avantage comparatif sur la concurrence. Toutefois, plusieurs experts se demandent s'il y aura un retour sur investissement. En effet, afin de rendre l'offre de produits complémentaire, il faut imaginer les espaces physiques comme un endroit où les clients peuvent flâner et se détendre plutôt qu'un entrepôt qui rassemble les mêmes produits déjà disponibles sur le site transactionnel. En somme, rien ne garantit que ces investissements amélioreront le taux de rétention de la clientèle. Amazon n'a pas fini de faire bouger les lignes...



EST-IL POSSIBLE DE SE PASSER DU PLASTIQUE ?

Devant la pression populaire, le plastique est devenu l'ennemi numéro 1 et oblige toute l'industrie (de la pétrochimie à la grande distribution) à s'adapter, selon un article de Thierry Mestmayer publié le 14 avril dans Le Monde.

Se passer du plastique, est-ce possible? L'enseigne Carrefour participe au projet Loop, qui consigne les emballages achetés en ligne. Le groupe veut également supprimer les emballages des fruits et légumes bio et permet désormais aux clients d'apporter leurs propres contenants réutilisables. Certaines avenues innovantes semblent prometteuses, comme celle de la PME Apifilm, qui a mis au point un emballage alimentaire à base de cire d'abeille, ou encore celle de Kotkamills, qui, à partir d'une grosse machine, peut produire annuellement 400 000 tonnes de carton totalement imperméable (et donc adapté aux emballages alimentaires) et très facilement recyclable, car sans ajout de plastique.

On est encore loin du zéro déchet, mais le déclic a bien eu lieu.

Les petites,
les grosses,
les brunes,
les blanches
et les vertes
vous disent
un gros merci.

Grâce à votre rôle essentiel
dans le système de la consigne,
les contenants de bière consignés
au Québec sont recyclés à 100 %.

**La consigne, c'est payant
pour l'environnement.**

Téléchargez le guide de tri sur
consigneco.org/detaillants





**Épargnez sur vos services
sans changer de fournisseur!**



Téléphonie



Internet



Télévision



Cellulaire

**Notre analyse est gratuite;
un appel pourrait vous faire épargner jusqu'à 40%**

Jonathan Desjardins: 514 570-5959 • 1 844 398-8546 • jd@lgonegociations.com • www.lgonegociations.com



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

HED | Courtier en
assurance

Nouveau programme d'assurance entreprise

OFFERT EXCLUSIVEMENT AUX MEMBRES DE L'ADA



HED | Courtier en
assurance

Communiquez avec nous dès maintenant.
1.800.363.9538 | assuranceada@hedinc.com

ACTUALITÉS ET CBO

CÉLINE DAIGNEAULT : UNE ÉPICIÈRE ENGAGÉE

La tendance des produits alimentaires locaux se confirme clairement dans l'ensemble du Québec. On constate une augmentation de la demande et l'offre se structure progressivement pour y répondre. Certaines épicerie adaptent leur référencement et d'autres ont toujours priorisé le local dans leur fonctionnement. Quoi qu'il en soit, ils font le choix de proposer une diversité de produits représentant le terroir local. Ils encouragent ainsi, les producteurs et transformateurs de leur région en plaçant l'humain au centre de l'acte d'achat.



Pour Céline Daigneault propriétaire du IGA extra L.A. Daigneault et fils à Cowansville, les produits locaux c'est une histoire de famille depuis 4 générations.

Plusieurs actions concrètes ont été instaurées au sein du magasin de Cowansville pour donner les outils nécessaires à l'équipe. Des formations sur les produits sont proposées pour permettre aux employés de devenir de véritables ambassadeurs et mieux conseiller la clientèle. La planification des dégustations est calculée pour que chacun ait de la place, sans distinction de taille. Un rayon des vins conséquent a été inauguré cette année. Il met l'accent sur les vins de Brome Missisquoi avec pas moins de 12 producteurs en plus des autres vins de la région des Cantons-de-l'Est et d'une large sélection de vins québécois.

M^{me} Daigneault reconnaît que « travailler avec une multitude de petits producteurs est un investissement quotidien. Mais en tant que vitrine c'est de la responsabilité des épiciers de valoriser ce patrimoine gastronomique qui nous distingue. De plus, ce sont souvent des produits d'excellente qualité, moins transformés et donc meilleurs pour la santé. »

C'est lors du lancement du projet d'identification des producteurs Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est qu'elle s'est exprimée sur son engagement en ajoutant « Avec déjà 60 produits locaux, ce projet d'affichage vient véritablement valoriser notre travail avec un marketing approprié. Le fait que les clients puissent voir les visages des producteurs dans les rayons est très communicatif. »

Cet affichage se retrouve dans 16 établissements de la même enseigne adhérant au regroupement Épiciers complices des Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est. Ces magasins ont travaillé dans un but commun de valorisation ainsi, ils remettent en perspective la notion de concurrence entre magasins sur un même territoire. « Cela crée une belle proximité entre tous les membres de la chaîne pour faire progresser le sentiment d'appartenance à la région » renchérit M^{me} Daigneault.

La place des produits locaux dans les étals des épicerie est une belle opportunité de différenciation pour les commerçants. Cela ne fait aucun doute pour la propriétaire du IGA extra L.A. Daigneault et fils « Il y a de bonnes possibilités de développement vers l'association des produits du terroir et du plaisir gourmet. Il faut continuer à encourager et multiplier ce genre d'initiative qui finalement fait fonctionner l'économie locale. » conclut-elle fièrement.

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. Ces Tables, régies par des conseils d'administration formés de représentants du secteur bioalimentaire, travaillent avec les différents maillons de l'industrie : producteurs agricoles, transformateurs alimentaires, restaurateurs, épiciers, mais aussi intervenants de la fonction publique, du monde municipal, de l'éducation, de la finance, de l'emploi, etc. Les détaillants à la recherche de produits locaux ou souhaitant s'impliquer peuvent faire appel à la Table de leur région.

GOUTEZ LANAUDIÈRE!

Plusieurs d'entre vous le savent, Goûtez Lanaudière ! est une campagne d'achat local mise sur pied par le Conseil de Développement Bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) en 2008. Nous travaillons à la mise en marché des produits lanaudois dans plusieurs points de vente dans notre région et sur le territoire montréalais.

Le répertoire 2019-2020 est désormais disponible, mettant en vedette 48 producteurs et transformateurs lanaudois. Nous tenons à remercier tous les détaillants participants et saluons particulièrement les nouveaux ambassadeurs : les trois IGA de la famille Crégher (Terrebonne, Laplaine et Saint-Lin-Laurentides), l'Intermarché Saint-Roch de L'Achigan et les Récoltes Hervieux.

Le rayonnement de Goûtez Lanaudière ! augmente année après année grâce à des outils de promotion adaptés et efficaces : identification sur les lieux de ventes, animations en magasin, diffusion de notre répertoire lors d'événements gourmands, présence active sur les médias sociaux...

Vous souhaitez adhérer à Goûtez Lanaudière !? Sachez qu'il est possible de le faire en tout temps. Vous serez ainsi présents sur notre site web et nous ferons votre promotion dans nos médias sociaux.

N'hésitez pas à communiquer avec Annie Cossette au 450-867-7773 poste 242 pour toute question ou par courriel à acossette@cdbl.ca.



UN MONDE D'OCCASIONS À SAISIR

De nouveaux débouchés.
De nouvelles tendances.
De nouvelles saveurs.



GIC GROCERY
INNOVATIONS
CANADA

SALON INNOVATIONS ALIMENTAIRES CANADA

Salon et congrès

22 ET 23 OCTOBRE 2019

TORONTO CONGRESS CENTRE

GROCERYINNOVATIONS.COM