

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Printemps 2021

ATE+ en Boucherie

Le programme de
formation continue
sur sa lancée!

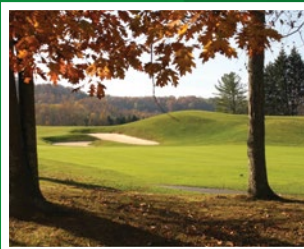
P. 18



CODE DE CONDUITE

Un rapport prévu
en juillet 2021

P. 8



TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

De retour
sur les verts le
27 septembre 2021

P. 22



DE RETOUR POUR LA 6^E ÉDITION!

Concours Les Aliments
du Québec dans
mon panier!

P. 28

PLANIFIONS L'AVENIR DE NOTRE ASSOCIATION



André Forget
Président du Conseil d'administration
Propriétaire des Dépanneurs Forget

Notre organisation a fait preuve de résilience au cours de la dernière année. À l'aube d'un déconfinement progressif, il est temps de changer de posture et de regarder vers l'avenir.

Notre association arrive à un moment charnière et nous souhaitons nous doter d'une nouvelle planification stratégique. Pour y arriver, nous souhaitons vous consulter. C'est d'ailleurs pourquoi nous vous avons convoqués à l'une de nos cinq rencontres régionales virtuelles à la fin du mois de mai. Pour nous accompagner dans ce processus, nous travaillons avec le Groupe Agéco, une firme de consultants spécialisés en la matière. Ces derniers nous accompagneront dans les différentes étapes des consultations.

Dans un premier temps, celles-ci visent les membres détaillants par le biais de rencontres virtuelles. Ensuite, les différentes parties prenantes de l'industrie seront consultées. Enfin, nous nous transmettrons un sondage numérique à l'ensemble des membres et non-membres plus tard au cours de l'été.

Cette démarche fait suite à la révision, qui a débuté en 2019, de notre mission, de notre vision et de nos valeurs d'organisation. Malheureusement, avec le contexte sanitaire de la dernière année, nous avons dû repousser cet exercice. Toutefois, cette démarche s'avère aujourd'hui d'autant plus importante, puisque nous devons envisager les défis d'une reprise des activités dans l'ensemble des secteurs économiques, ainsi que les effets de toute l'évolution dans notre industrie, qui s'est accélérée.

En espérant que vous participerez en grand nombre à ce processus essentiel. J'ai bien hâte de connaître vos priorités, chers collègues détaillants, pour mieux définir ce que sera notre association dans les 5 prochaines années et bien au-delà.

VERS UN CODE DE BONNES PRATIQUES



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Rappelons-nous quand, l'été passé, en pleine pandémie, une grande surface a mis le feu en refilant une partie de ses investissements technologiques à ses fournisseurs. Plusieurs groupes de notre industrie ont dénoncé certaines pratiques commerciales et cela a fait réagir les ministres de l'Agriculture au Canada. À la suite des pressions exercées par de nombreux groupes, ceux-ci ont mandaté un comité fédéral-provincial pour consulter l'ensemble de l'industrie et leur faire rapport de la situation.

Nous avons donc rencontré le comité et lui avons exposé différents enjeux. Depuis, nous avons discuté avec différents partenaires afin de mieux comprendre leurs problématiques et leurs attentes. Bien que nous ayons compris que nos membres n'étaient pas à l'origine des pratiques reprochées, il était dans l'intérêt de tous de faire partie de la recherche d'une solution concertée.

À la fin mars, Empire (maison mère de Sobeys) et Produits alimentaires, de santé et de consommation du Canada (PASC) provoquent l'accélération du débat dans l'industrie en mettant en jeu un *Code de pratiques pour l'approvisionnement des épiceries au Canada*. Le code est calqué sur le modèle britannique, visant les entreprises de détail ayant un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliard de livres sterling (équivalent de 1,7 milliard de dollars canadiens), en place depuis plusieurs années. Ils encouragent alors les autres marchands, fournisseurs et intervenants de l'industrie à appuyer et à commenter la proposition.

C'est dans cet esprit qu'un groupe d'associations, dont la nôtre, s'est réuni pour discuter de la façon que nous pourrions collaborer dans le but de proposer un processus collaboratif et transparent afin de permettre aux dirigeants de l'industrie alimentaire d'élaborer un code de bonnes pratiques de l'industrie alimentaire canadienne.

Pour l'ADA, il était important de faire reconnaître certains principes prioritaires, notamment la réciprocité (les mesures doivent viser autant les abus des fournisseurs que ceux des détaillants), l'équité (entre petits et gros joueurs dans le marché) et l'importance de protéger la simplicité des rapports commerciaux dans l'approvisionnement local, aujourd'hui tellement en évidence. Nous vous invitons d'ailleurs à prendre connaissance des principes partagés par l'Alliance en page 8. Toutes les organisations de l'industrie

bioalimentaire sont invitées à prendre part aux travaux qui suivront. Une tâche qui s'annonce complexe, mais ô combien nécessaire.

La pandémie s'est révélée un accélérateur de collaborations fructueuses entre des détaillants de toutes tailles et les entreprises de nos territoires. Certaines alliances se sont raffermies, servant même de courroie de déploiement commercial à l'échelle provinciale ou nationale. Il ne faut pas reculer, il faut à tout prix capitaliser sur les gains, multiplier les initiatives porteuses comme celles développées magasin par magasin dans le cadre du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* (qui sera de retour en août).

Il faut tous se montrer à la hauteur de la situation et avancer ensemble.

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

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

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

Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ 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

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Myriam Gendron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Nah Keita
Technicienne comptable

Stéphane Lacasse
Directeur, Affaires publiques
et gouvernementales

David Beaulieu
Agent des communications

Catherine Séguin
Adjointe au PDG

Marie-France Coulombe
Chargée de projets
et d'événements

Daniel Choquette
Directeur, Développement
des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

André Forget
Président

Guillaume Laroche
Trésorier

Michel Dépatie
Vice-président

Bruno Desrochers
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Christine Barcelo
Marc Bougie
Marcel Clermont
Éric Courtemanche Barie
Marie-Josée Drouin
Jasen Gaouette

Franck Hénot
Annie Paquette
Patrick Pinard
Roger Raad
Nicole Thompson

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Mario Laplante
Président

Guy Auger
Trésorier

David Plante-Riou
Vice-président

Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Hedia Bahri
Alain Bertrand
Daniel Chagnon

Antoine Chatel
Tony Fournier
Patrick Nadeau
Patrick Simard

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS

4

PORTRAIT DE DÉTAILLANTE

5

SUIVI DE DOSSIERS

AGROALIMENTAIRE

Code de conduite : un rapport prévu en juillet 2021

8

Les principes de l'Alliance

8

ENVIRONNEMENT

Le projet de loi 65 est adoptée

9

La collecte sélective

10

La consigne

10

Une double consigne à Prévost

10

ÉCONOMIE

Budget fédéral : leur d'espoir pour les
frais de cartes de crédit

11

Un budget provincial réservé

11

VILLE DE MONTRÉAL

Les locaux vides : des solutions envisagées

12

ALCOOL

Règlement sur les permis d'alcool:
clarification nécessaire des obligations!

13

Étape cruciale de l'entente des Agences SAQ

13

À LA MÉMOIRE DE

15

ÉVÉNEMENTS 2021 À VENIR

15

DE NOUVEAUX OUTILS POUR ACCOMPAGNER VOS EMPLOYÉS DU RAYON DE LA POISSONNERIE!

16

ATE+ BOUCHERIE DÉVELOPPE UN PARTENARIAT AVEC LE DINDON DU QUÉBEC!

18

AVIS DE NOMINATIONS

21

57^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

22

COVID-19 : DÉJÀ PLUS D'UN AN DE CHAMBOULEMENTS

23

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

26

CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!

28

ACTUALITÉS DES TCBQ

31

CHERS COLLÈGUES FOURNISSEURS,



Mario Laplante
Président SMF

Avec la vaccination qui va bon train, il semble que nous voyions enfin une lumière au bout de ce long tunnel. Il va sans dire que la consommation de produits alimentaires n'a pas diminué, car nous pouvons constater que les consommateurs sont toujours friands de cuisiner à la maison. Comme fournisseurs, nous avons ajusté, modifié et implanté de nouvelles structures à travers nos organisations dans le but de maximiser et sécuriser la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Nous l'avons fait et avons assuré une constance d'approvisionnement avec nos clients. C'est notre raison d'être. Nous n'avons pas réinventé nos processus, mais nous avons fait les choses autrement.

On vous donne la parole!

Un des mandats que la section des membres fournisseurs de l'ADA s'est donnés en 2021, c'est de maximiser la visibilité de chacun des membres de la SMF à partir de communications virtuelles et par le biais du magazine *RADAR*. En février dernier, nous avons lancé la nouvelle infolettre exclusive aux membres fournisseurs intitulée *RADAR Express: Nouveautés fournisseurs*. Cette parution mensuelle permet aux membres de la SMF de parler d'eux en présentant leur organisation, en mettant de l'avant des activités marketing ou même en annonçant de nouveaux produits. Ces parutions sont acheminées à tous les membres détaillants faisant partie de l'organisation de l'ADA. Il est important aussi de préciser que cette parution mensuelle est gratuite. C'est à vous d'en profiter. Je vous invite à faire parler de vous! Vous pouvez joindre David Beaulieu via courriel à dbeaulieu@adaq.qc.ca pour plus d'information sur celle-ci et préparer vos parutions.

Au plaisir!



PORTRAIT DE DÉTAILLANTE



GRANDIR DANS L'ALIMENTATION

Dès son plus jeune âge, Annie Paquette a eu la piqûre pour l'entrepreneuriat et le domaine du détail alimentaire. Née dans une famille d'entrepreneurs, elle a commencé à suivre son père, Robert, très rapidement. À l'âge de 5 ans, au moment où la famille Paquette avait un commerce sous la bannière Métro, Annie distribuait les circulaires dans les campings de la région. C'était une façon d'aider comme elle le pouvait et de mettre la main à la pâte.

Dans les années qui ont suivi, elle a pu observer l'évolution de son père dans le métier comme épicier. « *J'ai vu son cheminement. Ça me passionnait beaucoup, parce qu'il me transmettait beaucoup sa passion*, raconte Annie. *C'est un homme très travaillant.* » Alors que cette passion d'épicerie se passait de père en fille, celle-ci a commencé à aider physiquement au commerce familial dès l'âge de 9 ans, au moment où l'entreprise a quitté Métro pour devenir l'épicerie indépendante Pasquier à Saint-Jean-sur-Richelieu, en Montérégie. Elle a commencé son cheminement en triant des fraises pour ensuite se diriger rapidement vers le service à la clientèle pour emballer l'épicerie des consommateurs.

Une anecdote cocasse de ses débuts, Robert a reçu un appel de la part d'un client qui voulait porter plainte, car celui-ci faisait travailler des mineurs. « *Mais non, c'est ma fille, s'exclame-t-elle! C'est elle qui veut venir!* » Pour Annie, c'était l'occasion parfaite de commencer le matin dans un type d'emploi qu'elle aimait déjà. À 14 ans, elle reçoit sa première paie officielle comme employée chez Pasquier.

DES ÉTUDES EN ADMINISTRATION

Avec l'expérience acquise dans le domaine du détail alimentaire depuis son jeune âge, Annie savait ce qu'elle voulait faire plus tard. Afin de continuer le parcours tracé par son père, elle se dirige au cégep dans une technique en administration, avant de poursuivre à l'Université de Sherbrooke en y faisant un baccalauréat en administration. À travers son cheminement académique, elle a eu la chance d'effectuer quelques stages. « *C'est intéressant de voir d'autres façons de faire dans d'autres entreprises* », affirme Annie.

Pendant son parcours scolaire, Annie continuait quand même de travailler chez Pasquier à Saint-Jean-sur-Richelieu. « *Durant mes études, je savais qu'un jour je voulais diriger*, explique-t-elle. *Donc, c'était bien [pour moi] de comprendre le fonctionnement de chaque département pour mieux les guider en tant que dirigeante plus tard.* »

Elle a travaillé quelques années pour Molson, soit deux ans en planifications des ventes, ainsi qu'une année en gestion par catégorie. Alors qu'elle a eu l'opportunité de continuer avec Molson, Pasquier allait entreprendre une grosse transformation de son concept. C'était une occasion pour Annie de développer ce qu'allait devenir le Pasquier que l'on connaît aujourd'hui.

PASQUIER EN TROIS TEMPS

L'origine du cheminement dans l'alimentation de la famille Paquette remonte à 1960, alors que le grand-père d'Annie Viateur Paquette met sur pied un commerce de boucherie au rez-de-chaussée de sa maison. En 1974, M. Paquette décide d'agrandir son entreprise et fait construire un supermarché de 7000 pieds carrés, le Roi du Steak et du rosbif. Un an plus tard, en 1975, l'entreprise adhère à la bannière Métro et devient le Métro Paquette.

En 1993, la famille Paquette quitte l'enseigne de Métro pour former le premier Pasquier. Ce nouveau commerce se concentre sur le frais et sur la viande surgelée avec les produits Minute Viandes, un produit commercialisé par les frères Paquette après avoir découvert une nouvelle méthode de surgélation des viandes en Allemagne en 1987.

La deuxième phase de Pasquier voit le jour en 1998. Le but était de permettre aux clients de réaliser leurs achats au même endroit. Ce nouveau Pasquier de 77 000 pieds carrés inclut maintenant les produits d'épicerie. Par contre, la charcuterie était préemballée et il n'y avait pas de fromagerie et de poissonnerie sur coupe.

Douze ans plus tard, la marque Pasquier complète sa troisième phase de transformation et retravaille son image de marque. Un nouveau concept dans lequel Annie s'est beaucoup impliquée. C'est un nouveau départ pour Pasquier, alors que le commerce fait maintenant 150 000 pieds carrés, devenant le plus gros marché d'alimentation indépendant du Québec. « *Le but, c'était d'arriver avec beaucoup de frais versus ce que l'on trouvait sur le marché*, affirme Annie. *Pasquier représente environ 60 % de périssable, versus 40 % en moyenne ailleurs.* »

RENDRE FACILE ET AGRÉABLE UNE TÂCHE QUOTIDIENNE POUR LE PLAISIR DE TOUS

La marque de commerce chez Pasquier est la suivante : rendre facile et agréable une tâche quotidienne pour le plaisir de tous. Cela est aussi vrai pour le client que pour les employés et les partenaires d'affaires. Pour Annie, l'une des valeurs importantes est le plaisir au travail.

Cette philosophie commence dès l'arrivée du client dans le stationnement. À la suite d'une étude consommateurs, une inquiétude de ceux-ci était l'espace entre les voitures. Pour enlever ce facteur de stress, le stationnement chez Pasquier propose des cases doubles. Pour rendre l'expérience facile et agréable, il est possible pour le consommateur de tout retrouver sous le même toit, en plus d'un service de traiteurs et du prêt-à-manger.

Au plus fort de la pandémie de la COVID-19, aller à l'épicerie était la seule sortie possible. Aussi bien en profiter pour rendre l'expérience la plus agréable possible.

DELSON, UN NOUVEAU DÉFI

Le 27 mai dernier, un nouveau chapitre commençait pour Pasquier avec l'ouverture de sa deuxième succursale. Le commerce de Delson sera administré par Annie, avec le soutien d'une directrice à ses côtés. Elle y restera au moins pour les deux prochaines années pour superviser le démarrage de ce deuxième commerce. Cette expansion sur la Rive-Sud permet aussi de garder une proximité avec le siège social et l'entrepôt à Saint-Jean-sur-Richelieu.

Alors que Pasquier pourrait éventuellement ouvrir un troisième magasin dans les années à venir, une chose est certaine : Annie sera au rendez-vous. Avec plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de l'alimentation, celle-ci a une vision quant à l'avenir de Pasquier.



LA RELÈVE: ANNIE PAQUETTE





BlasCymru
TasteWales



VITRINE VIRTUELLE DE PRODUITS ET RENCONTRE AVEC LE FOURNISSEUR



Découvrez la nourriture et les boissons du Pays de Galles

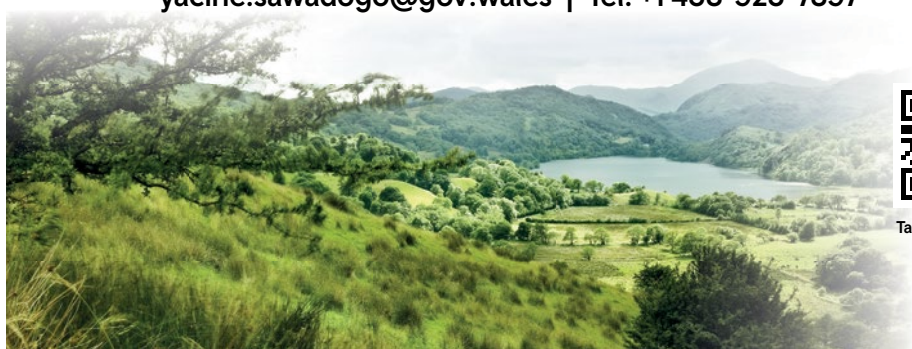
Grace à toutes ses ressources naturelles, de la terre à la mer, il y a une abondance de nourriture et de boissons et une industrie dynamique allant de la fabrication à grande échelle aux producteurs artisanaux.

Pour plus d'informations, veuillez contacter:

David Edwards – david@totalfoodmarketing.co.uk ou

Yacine Sawadogo – Gouvernement du Pays de Galles au Canada

yacine.sawadogo@gov.wales | Tel: +1 438-923-7897



TasteWales.com



Recherche d'aliments
et de boissons en
provenance du Pays
de Galles



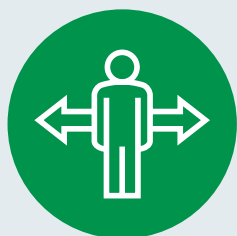
Trouver des
recettes galloises



**AU TRAVAIL,
LA COVID-19
NE PREND PAS
DE PAUSE.**



LES MESURES DE PRÉVENTION, C'EST L'AFFAIRE DE TOUS!



**Distanciation physique
de 2 mètres**



**Nettoyage des surfaces
fréquemment touchées**



Lavage des mains



Étiquette respiratoire



SUIVI DE DOSSIERS

La première moitié de 2021 est une continuité de ce que nous avons vécu en 2020, alors que la troisième vague de la pandémie nous a affectés une bonne partie du printemps. Toutefois, nous semblons avoir évité le pire lorsque l'on se compare avec les autres provinces canadiennes. Avec l'été qui arrive à grands pas, une lueur d'espoir est enfin perceptible. Le Québec commence enfin à se déconfiner. En parallèle, les enjeux politiques continuent d'évoluer. Voici un résumé des derniers mois:

AGROALIMENTAIRE

CODE DE CONDUITE : UN RAPPORT PRÉVU EN JUILLET 2021 ▼

L'automne dernier, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne, avait annoncé qu'il coprésiderait avec la ministre fédérale de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, Marie-Claude Bibeau, un comité de travail pancanadien examinant les pratiques des détaillants et des distributeurs alimentaires.

Ce comité, créé à l'initiative de M. Lamontagne, veut définir des pistes de solution et déposer son rapport au mois de juillet 2021. Pour le ministre, l'intention affichée est d'éviter toute répercussion négative sur les petits détaillants, les producteurs, les fournisseurs et les consommateurs.

En mars dernier, nous avons échangé avec les représentants des deux ministères concernés. D'une part, nous avons expliqué la différence entre les grandes bannières alimentaires et les détaillants propriétaires. D'autre part, nous avons sensibilisé les ministères au rôle que les détaillants propriétaires ont dans leur communauté.

Pour nous, il est important de démontrer que les détaillants développent d'étroites relations d'affaires avec leurs fournisseurs. De plus, de nombreux détaillants accordent une place importante aux produits locaux, régionaux et québécois.

Certains intervenants du secteur agroalimentaire mentionnent que le Canada doit s'inspirer du code volontaire britannique adopté en 2013. Au Royaume-Uni, seulement les entreprises dont le chiffre d'affaires excède un milliard de dollars annuellement sont visés par ce code. Il s'agit des cinq grandes bannières présentes sur le territoire britannique. Le modèle d'affaires des épiceries au Royaume-Uni est essentiellement basé sur des magasins corporatifs, contrairement au Québec et au Canada, où nous retrouvons une forte proportion des détaillants propriétaires.

Nous allons surveiller avec intérêt les conclusions et les recommandations du rapport commandé par le ministre Lamontagne.

LES PRINCIPES DE L'ALLIANCE ▼

L'Alliance collaborative de l'industrie alimentaire canadienne est une coalition d'associations commerciales représentant différents secteurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire canadienne. Ces associations, dont l'ADA, représentent des entreprises faisant des affaires au Canada – autant de petites que de grandes entreprises, locales, nationales ou internationales, dans le domaine de l'épicerie ainsi que dans ceux de la production et de la transformation de produits alimentaires et de boissons. Notre conviction est qu'un code de bonnes pratiques de l'industrie alimentaire canadienne doit promouvoir et soutenir les transactions de bonne foi ainsi que les conduites commerciales responsables, tout en réduisant le plus possible les litiges et les perturbations le long de la chaîne d'approvisionnement.



ENVIRONNEMENT

LE PROJET DE LOI 65 EST ADOPTÉE ▼

Le projet de loi 65, Loi modifiant principalement la Loi sur la qualité de l’environnement en matière de consigne et de collecte sélective, a été débattu à l’Assemblée nationale cet hiver par les parlementaires. Nous vous rappelons que ce projet de loi délègue la grande majorité des pouvoirs au ministre de l’Environnement pour établir les paramètres opérationnels de la gestion de la consigne et de la collecte sélective. Les paramètres seront déployés à l’intérieur de divers règlements, publiés et adoptés par le gouvernement.

Les partis d’opposition ont tenté de proposer au ministre d’étudier les divers règlements à l’Assemblée nationale. Cela a bien évidemment été refusé par le gouvernement. Étant majoritaire, la CAQ a adopté le projet de loi ce printemps. Nous vous présentons un portrait actuel des deux modernisations découlant du projet de loi.

Les principaux objectifs d’un tel code sont donc les suivant :
Garantir la transparence et la sécurité contractuelle dans le cadre de toutes les transactions commerciales.
Assurer la réciprocité des meilleures pratiques dans l’ensemble de la chaîne d’approvisionnement.
Faire la promotion de relations éthiques et équitables dans le cadre des négociations contractuelles, en particulier lorsqu’il existe une importante différence de pouvoir de négociation entre les parties.
Assurer la distribution équitable de l’approvisionnement alimentaire.
Offrir du support aux petites et moyennes entreprises dans le cadre de leurs transactions commerciales.
Proposer un processus de résolution des litiges qui soit à la fois efficace, juste et applicable.

Si votre organisation souhaite obtenir de l’information sur les travaux de l’Alliance ou que vous souhaitez y participer, n’hésitez pas à contacter la permanence de l’ADA. Nous avons la conviction que le code doit être pluriel, à l’image de toute la chaîne.



ENVIRONNEMENT SUITE

LA COLLECTE SÉLECTIVE ▼

En modernisant la collecte sélective, le gouvernement du Québec transfère la gestion des matières résiduelles à un organisme de gestion décidé (OGD) qui s'assurera de coordonner l'ensemble de la filière de récupération au Québec. L'organisme gèrera les ententes avec les organismes municipaux concernant la collecte des matières. Les centres de tri devront également travailler en collaboration avec l'organisme et il y aura une traçabilité de la matière tout au long du processus de récupération. L'objectif étant qu'une plus grande partie des matières recyclées demeurent sur le territoire québécois et qu'elles soient revalorisées dans un concept d'économie circulaire.

Le gouvernement collabore avec un comité de partenaires pour rédiger les règlements qui viennent préciser la mise en œuvre de la modernisation de la collecte sélective. Dans ce comité, Éco Entreprise Québec (EEQ) représente une grande partie des entreprises contributrices au système actuel.

De notre côté, nous collaborons avec EEQ et son comité associatif. Lors de nos rencontres, nous échangeons sur les divers aspects de la collecte sélective, dont la récupération des ICI (Industries, Commerces et Institutions).

Nous avons fait part à EEQ du fait qu'il est essentiel de faire une distinction entre les petits et moyens détaillants et les grands détaillants. Pour les petits et moyens magasins, nous croyons toujours que ceux qui sont récupérés par la collecte municipale doivent continuer de l'être. Cependant, plusieurs grands magasins ont déjà des ententes avec des collecteurs privés. Dans la modernisation, ces ententes doivent être reconnues et acceptées par l'organisme de gestion.

La loi prévoit une période transitoire jusqu'au 31 décembre 2024 pour respecter certains contrats établis avec des organismes municipaux pour gérer la récupération des matières recyclables.

LA CONSIGNE ▼

Comme nous l'avons mentionné dans l'édition précédente du RADAR, le projet de loi permet au ministre d'établir plusieurs paramètres, dont les personnes qui sont tenues de percevoir et de rembourser la consigne fixée.

Cependant, le projet loi qui a été adopté vient abroger la Loi sur la vente et la distribution de bière et de boissons gazeuses dans des contenants à remplissage unique. C'est cette loi qui vous oblige à récupérer les contenants consignés que vous vendez en magasin.

À plusieurs reprises, le ministre de l'Environnement a mentionné qu'il souhaite un système hybride, incluant des centres de dépôt et une participation volontaire de certains détaillants. Advenant qu'il oblige, par règlement, une reprise totale des contenants consignés chez les détaillants, il irait à l'encontre de la loi qu'il vient lui-même de faire adopter.

Le consortium qui regroupe les partenaires de l'industrie a déposé un premier rapport préliminaire au ministre en mars dernier.

En partenariat avec d'autres associations de détaillants, nous avons proposé une modélisation hybride de récupération axé sur la desserte des différents pôles commerciaux de la province, à travers des sites dédiés, des kiosques de récupération et des dépôts à sacs. Pour bâtir le modèle, nous avons établi certains critères comme la densité de la population, la proximité de plusieurs commerces et les différentes situations géographiques.

Pour bien illustrer ce modèle, prenons par exemple la ville de Mont-Joli, au Bas-Saint-Laurent. Nous y retrouvons plusieurs commerces (épicerie, dépanneur, SAQ, pharmacies, restaurants) à moins de 5 kilomètres carrés pour une population d'environ 7000 habitants. Pour récupérer les contenants consignés, nous croyons qu'un site dédié, dans un local commercial, pourrait bien répondre aux besoins de la population. La grande majorité des habitants des villages avoisinants vont à Mont-Joli une à quelques fois par semaine. Au besoin, les villages qui le souhaitent pourraient s'équiper d'un dépôt à sacs (voir l'image).

C'est un peu comme le système scolaire, il n'y a pas de polyvalente dans chaque municipalité. On peut comparer une polyvalente à un site dédié et une école primaire à un kiosque dédié ou à un dépôt à sac. L'offre de service se décline en fonction des besoins ciblés de la population.

UNE DOUBLE CONSIGNE À PRÉVOST? ▼

À l'automne dernier, le conseil municipal de la Ville de Prévost a publié un règlement concernant des redevances sur plusieurs types de contenants de boissons vendus dans les commerces. Les commerces qui vendent des contenants de boissons à remplissage unique devront payer une redevance qui varie entre 0,05 à 0,10 \$ selon le contenant. Les commerçants devront faire une déclaration du nombre de contenants vendus par trimestre et payer une redevance à la Ville. Un montant est prévu pour « composer » les frais de gestion, selon le montant de la redevance versée.

La Ville oblige également les commerçants qui vendent de l'eau embouteillée à offrir des options en vrac (fontaine, distributrice) aux clients. Elle oblige aussi tous les commerçants qui vendent des contenants de lave-glace à installer une station de remplissage autonome utilisée par le client, ce qui nécessitera des investissements.

Cette initiative de la Ville de Prévost crée une pression supplémentaire sur les détaillants. En plus de la consigne élargie, qui sera en vigueur en 2022 sur une grande majorité de contenants, une deuxième consigne vient s'ajouter à Prévost. En plus d'augmenter la charge administrative des détaillants, ceux-ci seront désavantagés relativement aux autres commerçants des villes voisines comme Saint-Jérôme ou Saint-Sauveur.



ÉCONOMIE

BUDGET FÉDÉRAL : LUEUR D'ESPOIR POUR LES FRAIS DE CARTES DE CRÉDIT ▼

Le 19 avril dernier, la première femme ministre des Finances au Canada, Chrystia Freeland, a déposé un premier budget fédéral en deux ans. L'objectif de la ministre était double : aider financièrement ceux qui vivent encore les impacts de la pandémie et tenter de préparer une relance économique cet automne. Plusieurs mesures viennent soutenir les personnes âgées avec une aide financière directe, aider les entreprises durement affectées en prolongeant les programmes d'aide et assister les familles canadiennes en créant un réseau national de garderies.

Depuis plus d'un an, vous avez probablement remarqué une hausse considérable de l'utilisation des paiements par cartes de crédit, ce qui augmente vos frais chaque mois. Au cours de la dernière année, nous avons interpellé le gouvernement fédéral à plusieurs reprises pour qu'il intervienne auprès des émetteurs de cartes.

Avec plusieurs associations représentant plusieurs secteurs économiques (restauration, tourisme, commerce de détail, etc.), nous avons lancé un regroupement qui vise à faire adhérer le plus d'entreprises possible pour sensibiliser les élus à cette problématique.

Enfin, le gouvernement fait un premier dans la bonne direction. Le budget annonce que le gouvernement collaborera avec les principaux intervenants pour atteindre trois objectifs :

Réduire le coût général des frais d'interchange des commerçants.

Garantir que les petites entreprises profitent de prix similaires à ceux des grandes entreprises.

Protéger les points de récompense existants des consommateurs.

À l'issue de consultations auprès des intervenants, les prochaines étapes détaillées seront présentées dans l'Énoncé économique de l'automne 2021, dont des modifications législatives à la Loi sur les réseaux de cartes de paiement, pour avoir le pouvoir de réglementer les frais d'interchange. Nous saluons l'ouverture de la ministre Freeland, qui veut intervenir dans le dossier des frais de cartes de crédit.

Finalement, le budget fédéral augmente les droits d'accise sur le tabac de 4 \$ par cartouche de 200 cigarettes avec des augmentations correspondant aux taux du droit d'accise d'autres produits du tabac. Cette mesure est entrée en vigueur après le dépôt du budget en avril dernier. Ces droits d'accise seront élargis aux produits de vapotage en 2022.

UN BUDGET PROVINCIAL RÉSERVÉ ▼

Le 25 mars dernier, le ministre des Finances du Québec, Eric Girard, a déposé son troisième budget. En pleine crise sanitaire depuis un an, les attentes étaient élevées. Le gouvernement du Québec a décidé de sécuriser les dépenses en santé et en éducation. Le budget en santé est rehaussé de 5,8 %, alors que le portefeuille en éducation croît de 4,6 %. La majorité des dépenses en santé vont pour la lutte contre la COVID-19 (vaccins, personnel, matériel et équipement) et pour renforcer l'aide aux aînés. Les investissements en éducation iront principalement pour combler les retards scolaires et augmenter le soutien aux élèves.

Sur le plan économique, le budget prévoit une diminution du taux d'imposition pour les petites entreprises. Pour les premiers 500 000 dollars de revenus imposables, le taux d'imposition sera réduit de 4 % à 3,2 %. Cependant, pour ce qui est de la pénurie de main-d'œuvre partout au Québec, peu de mesures ont été proposées dans ce budget. Certains programmes sont maintenus, dont ceux en lien avec la requalification pour certains secteurs d'emploi. Les mesures sont majoritairement orientées vers l'intégration des personnes immigrantes. Pour ce qui est du secteur agroalimentaire, les montants ont été annoncés lors de la mise à jour économique du mois de novembre dernier (voir le RADAR Hiver 2021).

Somme toute, ce budget ne marquera pas l'imaginaire collectif. Le gouvernement caquiste demeure prudent dans ses dépenses et prévisible dans ses investissements. À la sortie de cette pandémie, probablement cet automne si tout va bien, le gouvernement sera-t-il tenté d'être plus audacieux et généreux l'an prochain à la veille des élections générales? Les paris sont ouverts.

Pour consulter les documents budgétaires : <http://www.budget.finances.gouv.qc.ca/budget/2021-2022/fr/index.asp>



VILLE DE MONTRÉAL

LES LOCAUX VIDES : DES SOLUTIONS ENVISAGÉES ▼

À l’automne 2019 et à l’hiver 2020, la Ville de Montréal avait mené des consultations publiques pour trouver des solutions à la problématique des locaux vacants sur les artères commerciales. À la suite de ses consultations, la Commission sur le développement économique et urbain et l’habitation a transmis au conseil exécutif, en mai dernier, 38 recommandations pour revitaliser les artères commerciales. Nous vous présentons cinq recommandations (*voir l’encadré*) qui pourront avoir des retombées dans notre secteur à moyen terme.

Lors des consultations de la Ville, nous avons mentionné qu’il était important d’accompagner financièrement les entreprises existantes sur les artères commerciales. De plus, la crise sanitaire a certainement amplifié l’enjeu des locaux vacants à Montréal. Avec une campagne électorale municipale à l’automne 2021, il sera pertinent de rappeler aux divers candidats qu’il faut continuer à soutenir les détaillants qui ont permis aux Montréalais de s’alimenter durant la pandémie.

RECOMMANDATIONS
Recommandation 4.1 Poursuivre la stratégie de réduction de l’écart de fardeau fiscal entre les immeubles résidentiels et non résidentiels, et produire en 2023 une analyse pour mesurer l’avancement de la stratégie et de ses retombées.
Recommandation 4.2 Mettre sur pied un comité de suivi des mesures fiscales mises en place par la Ville pour en évaluer l’efficacité et les ajustements requis.
Recommandation 6.2 Mettre sur pied un guichet rapide pour simplifier et accélérer le traitement des demandes de permis et autres services aux commerçant-e-s dans les arrondissements.
Recommandation 8.6 Poursuivre la réflexion pour adapter les heures d’ouverture des commerces à Montréal selon les territoires et les secteurs d’activité.
Recommandation 10.3 Évaluer et ajuster au besoin le programme d’aide financière aux établissements situés dans un secteur affecté par des travaux majeurs afin que davantage de commerçant-e-s et entrepreneur-e-s puissent en bénéficier.



ALCOOL

RÈGLEMENT SUR LES PERMIS D'ALCOOL : CLARIFICATION NÉCESSAIRE DES OBLIGATIONS! ▼

En février dernier, le gouvernement du Québec a publié un projet de réglementation pour modifier le règlement sur le régime applicable aux permis d'alcool. Celui-ci fixe notamment les règles concernant l'attribution des permis catégorie épicerie. Ce permis vous permet de vendre des boissons alcooliques dans vos commerces à prédominance alimentaire.

Bien que le règlement ne semble pas apporter de modifications substantielles à nos opérations, il introduit un nouvel article fort intéressant. En effet, un titulaire de permis d'épicerie devra maintenir en tout temps une variété de denrées alimentaires dans une proposition d'au moins 51 % sur l'ensemble des produits offerts en étalage dans le magasin, excluant la bière, le vin et le cidre. La vente d'alcool nécessite également un lieu physique de vente pour pouvoir obtenir un permis.

Au cours des dernières années, et de façon plus sensible durant la pandémie, on nous rapporte régulièrement la présence de commerces ne respectant pas ou plus la réglementation en vigueur. Nous sommes satisfaits de voir le gouvernement garantir ce 51 % en tout temps de produits alimentaires en magasin. Cette disposition légale a d'ailleurs été d'un grand service à la population durant la pandémie, garantissant la disponibilité d'aliments sur l'ensemble du territoire québécois et non seulement d'alcool. Rappelons que détenir un permis d'alcool est un privilège qui vient avec des obligations et non un droit!

ÉTAPE CRUCIALE DE L'ENTENTE DES AGENCES SAQ ▼

Depuis le 1^{er} avril 2021, toutes les catégories de produits vendus par les Agences SAQ sont passées à 10 %. Seule exception à la règle, la marge pour les vins québécois demeure à 15 %.

En 2018, notre comité Agences SAQ avait conclu une entente de rémunération avec la SAQ qui menait à une rémunération pour les trois premières années. À ce moment, toutes les catégories de produits ont été majorées à 9,5 %, avant d'augmenter à 10 % en 2021-2022.

Il s'agit, au final, d'une augmentation de 1,5 % à 2 % de la marge moyenne, qui se situait précédemment entre 7,5 % et 8 %. Elle permet aux Agences SAQ d'amortir une partie des frais occasionnés par la récupération des produits en succursale. Les propriétaires d'Agences se souviendront de l'acharnement de Florent Gravel, notre PDG de l'époque, pour obtenir cette compensation nécessaire pour les services rendus à la société d'État.

D'ici l'automne, nous entendons réaliser un sondage auprès des agences afin de continuer l'amélioration des processus opérationnels des Agences SAQ partout sur le territoire québécois. Soyez à l'affût.

Vous appréciez notre travail?

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



CONTACTEZ-NOUS

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

COORDONNÉES

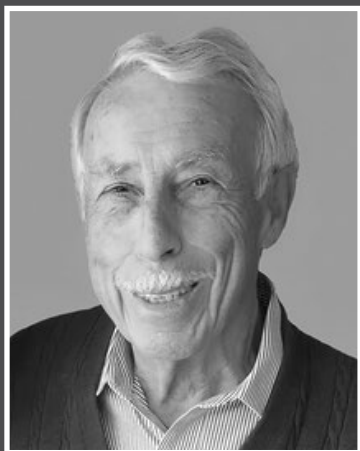
2120, rue Sherbrooke Est,
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

À LA MÉMOIRE DE

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



GUY LESSARD
1928-2020

Guy était un homme très impliqué dans sa communauté. Ancien directeur général chez Provigo, il a œuvré bénévolement pendant de nombreuses années auprès de différents organismes, notamment à titre de président. Passionné par le domaine de l'alimentation, il nous a quittés en octobre dernier. On retiendra de Guy qu'il était un homme engagé, rassembleur et généreux de sa personne.

Erratum

Dans l'avis de décès de M. Lessard, paru dans notre dernière édition du RADAR, nous aurions dû lire 1928 et non pas 1982.



CHARLES ÉDOUARD MAYRAND
1922 - 2021

Charles Édouard Mayrand nous a quittés le 15 avril dernier. Président de l'ADA dans les années 70, M. Mayrand s'est impliqué toute sa vie dans la compagnie familiale de produits alimentaires fondée par son père, Mayrand Ltée. Nous nous souviendrons de lui pour son optimisme, sa compassion et sa droiture.

PLUS DE 11 000 VICTIMES DE LA PANDÉMIE

Nous voulons de nouveau rendre hommage à tous les Québécois décédés de la COVID-19 au cours de la dernière année. Ce sont des parents, des amis, des collègues, des proches. L'ADA est de tout cœur avec ceux qui doivent vivre avec la perte d'un être cher en ces temps particulièrement difficiles.



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

ÉVÉNEMENTS 2021 À VENIR RÉSERVEZ LES DATES!

ÉVÉNEMENTS VIRTUELS RÉGIONAUX

La première partie a eu lieu du 25 mai au 2 juin derniers.



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

CONCOURS DE MARCHANDISAGE LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!

Du 9 août au 29 août 2021. Les inscriptions débiteront en juin.



Site : www.concoursalimentsduquebec.com

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Le 27 septembre 2021.



Plus d'information à la page 22

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA AU FAIRMONT LE CHÂTEAU FRONTENAC À QUÉBEC

Du 12 au 14 novembre 2021



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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

DE NOUVEAUX OUTILS POUR ACCOMPAGNER VOS EMPLOYÉS DU RAYON DE LA POISSONNERIE!

Le printemps est enfin à nos portes! Avec l'arrivée du beau temps et l'intérêt des consommateurs pour des produits locaux, les produits marins du Québec gagnent en popularité! Les Québécois sont à l'affût d'une offre plus diversifiée et raffinée. Gestionnaires, l'équipe du CSMOCA a développé de nouveaux outils pour vous aider à supporter et à former les employés de votre rayon de la poissonnerie.

FORMATION POISSONNIER +

Pour approfondir ses connaissances sur les produits marins vendus au Québec, notre équipe est heureuse d'annoncer le lancement de la nouvelle formation en ligne Poissonnier + en juin prochain!

Cette formation en ligne, animée et interactive propose trois modules, les caractéristiques des produits marins, la sécurité alimentaire et les conseils du poissonnier. Accessible à la fois sur ordinateur, tablette et cellulaire, cette formation saura répondre à vos besoins!

GUIDE DE LA POISSONNERIE AU QUÉBEC EN FORMAT NUMÉRIQUE!

Pour parfaire les connaissances de vos commis poissonniers et de vos poissonniers et poissonnières sur les différents produits de la mer, découvrez le nouveau guide de la Poissonnerie. SANS FRAIS et disponible dans un nouveau format, il s'agit d'un excellent outil complémentaire à la formation en ligne Poissonnier +. Offert sur l'écran de votre choix, vous pouvez le télécharger ou l'imprimer en tout ou en partie au <https://csmoca.org/guides/>.

MISE À JOUR

Le programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) poissonnier et poissonnière et la norme professionnelle de poissonnier et poissonnière ont été retravaillés avec des experts afin d'assurer la correspondance avec le métier tel qu'il est pratiqué de nos jours. La formation Poissonnier+ est d'ailleurs un excellent outil en support au PAMT pour le métier de poissonnier/poissonnière!

N'hésitez pas à visiter le csmoca.org et à vous abonner sur nos réseaux sociaux (Facebook et LinkedIn CSMOCA) pour être à l'affût de tous nos projets !



Charlotte Pigeon
Agente aux communications
cpigeon@csmoca.org

DE NOMBREUX OUTILS POUR VOS EMPLOYÉS DE LA POISSONNERIE!



FORMATION POISSONNIER +

Enrichissement des connaissances pour les poissonniers/poissonnières

FORMATION EN LIGNE : 3 MODULES

- Caractéristiques des produits marins
- Sécurité alimentaire
- Les conseils du poissonnier

Mise en ligne : juin 2021



GUIDE DE LA POISSONNERIE AU QUÉBEC, maintenant en format numérique!

GUIDE DE LA POISSONNERIE

- Outil complémentaire pour vos commis et vos poissonniers/poissonnières
- Fiches descriptives sans frais pour plus de 50 espèces de poissons, mollusques et crustacés
- Offert sur ordinateur, tablette et cellulaire disponible au : csmoca.org/guides

Avec l'aide financière de :

Québec

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



CSMOCA





Retrouvez-nous sur **Facebook** et **Twitter!**

On y partage et commente des nouvelles
de l'industrie alimentaire. C'est aussi
une bonne façon de suivre les activités
des employés permanents de l'ADA.

JOIGNEZ-VOUS À LA DISCUSSION!

Retrouvez-nous en
cherchant le pseudo :
@ADAQuebec



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

ATE+ Boucherie développe un partenariat avec le Dindon du Québec!

Le programme ATE+ Boucherie a créé un 1^{er} partenariat avec Le Dindon du Québec (Éleveurs de volailles du Québec) afin d'améliorer le contenu de la formation dindon dans la compétence volaille du programme ATE+ Boucherie.

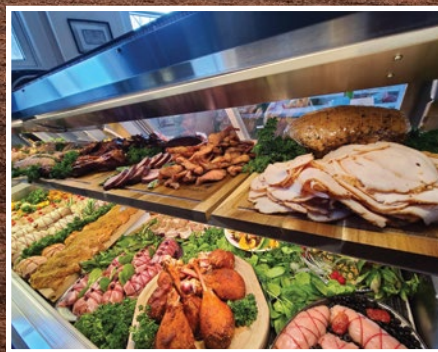
Le CFP Bel-Avenir de Trois-Rivières, par l'entremise de ses 2 enseignants en boucherie, a relevé le défi de promouvoir cette protéine. Une semaine d'enseignement sera dédiée au dindon et tous les élèves se verront attribuer deux dindons pour maîtriser les découpes, gracieuseté d'Olymel.

Pourquoi choisir la dinde?

Le dindon est une protéine santé, polyvalente et savoureuse. Cette volaille est un produit local qui mérite sa place dans l'assiette des Québécois chaque semaine. Il existe une foule de découpes permettant de l'apprêter au quotidien.

Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des coupes rapides à cuisiner ou des produits prêts à cuisiner (escalopes, tranches de poitrine, rôtis de poitrine, lanières, cubes à brochettes, etc.). Le dindon est une excellente protéine pour des solutions de repas rapides, nutritifs et tout aussi goûteux. Que de bonnes raisons de mettre le dindon du Québec au menu chaque semaine!





Cohorte à venir pour 2021-2022

Pour plus de détails en lien avec le programme ou toutes questions connexes, n'hésitez pas à entrer en contact avec Daniel Choquette.

Courriel : dchoquette@adaq.qc.ca





HED | Courtier en assurance

Un programme d'assurance conçu pour votre industrie

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



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

HED | Courtier en assurance

1.800.363.9538
assuranceada@hedinc.com



DC1300-776 (2021-02)

Secourisme en milieu de travail

Un changement réglementaire dans le contenu des trousse de premiers secours est entré en vigueur.

Vérifiez si vos trousse sont conformes en consultant le site Web de la CNESST.

Commission des normes, de l'équité,
de la santé et de la sécurité du travail
cnesst.gouv.qc.ca/secourisme

CNESST

AVIS & NOMINATIONS



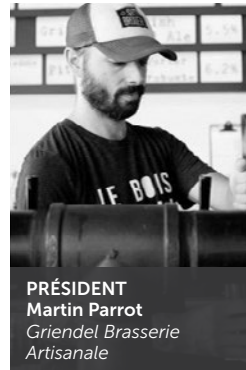
JEAN-GUY CÔTÉ DEVIENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CQCD

Le 24 mars dernier, Jean-Guy Côté est entré en fonction comme directeur général du Conseil québécois du commerce de détail (CQCD). Précédemment, M. Côté était directeur associé de l'Institut du Québec (IDQ) depuis 2015. Il a aussi été directeur des relations gouvernementales et affaires publiques au Conseil canadien du commerce de détail (CCCD), en plus d'avoir occupé plusieurs postes au sein de divers cabinets ministériels.

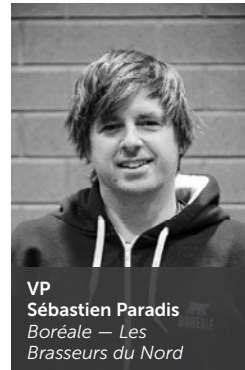


CHANGEMENT À LA TÊTE DE LOTO-QUÉBEC

Comme annoncée plus tôt cette année, la présidente et chef de la direction de Loto-Québec Lynne Roiter est partie à la retraite le 1^{er} juin dernier. M^{me} Roiter avait plus de 35 ans de carrière au sein de la société d'État, en plus d'être la première femme à diriger Loto-Québec depuis son entrée en poste, en 2017. Son successeur est Jean-François Bergeron, chef de la direction de la Société québécoise du cannabis (SQDC) depuis deux ans. M. Bergeron avait auparavant occupé des postes de vice-président de la Société des alcools du Québec (SAQ).



PRÉSIDENT
Martin Parrot
Griandel Brasserie Artisanale



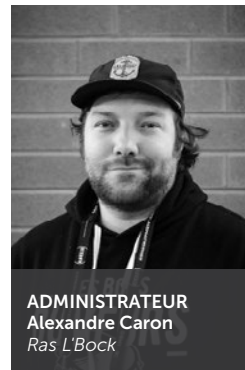
VP
Sébastien Paradis
Boréale — Les Brasseurs du Nord



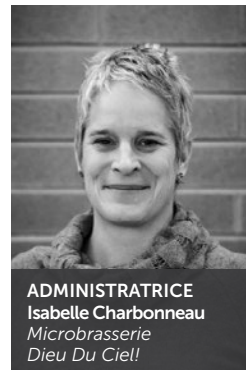
Trésorier
Alain Rivard
Le temps d'une pinte



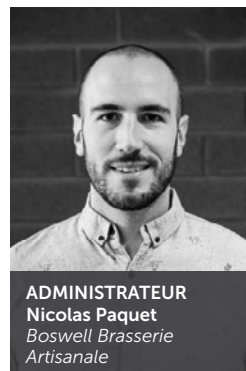
SECRÉTAIRE
Francis Foley
À la Fût Microbrasserie



ADMINISTRATEUR
Alexandre Caron
Ras L'Bock



ADMINISTRATRICE
Isabelle Charbonneau
Microbrasserie Dieu Du Ciel!



ADMINISTRATEUR
Nicolas Paquet
Boswell Brasserie Artisanale



ADMINISTRATEUR
Michel Godin
Brasseur RJ — Les Brasseurs GMT



ADMINISTRATEUR
Sébastien Gagnon
Brasserie Dunham

UN NOUVEAU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'AMBO

En mars dernier, l'Association des microbrasseries du Québec a dévoilé la composition de son nouveau conseil d'administration pour l'année à venir. Celui-ci sera sous la présidence de Martin Parrot, de Griandel, brasserie artisanale. M. Parrot est président-directeur général depuis plus de 5 ans d'une « brasserie de quartier » bien enracinée dans son milieu à Québec. Il succède ainsi à Philippe Jaar, de la brasserie McAuslan. Il sera épaulé par les administrateurs Sébastien Paradis (vice-président), Alain Rivard (trésorier), Francis Foley (secrétaire), Alexandre Caron, Isabelle Charbonneau, Sébastien Gagnon, Michel Godin et Nicolas Paquet.



57^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



27 SEPT. 2021

ENFIN DE RETOUR SUR LES VERTS!

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

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

COÛT MEMBRE FOURNISSEUR

1375 \$
+TX

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

INFORMATION ?

Marie-France Coulombe
mfcoulombe@adaq.qc.ca
1 (800) 363-3923 #237

57^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Raison sociale _____
Adresse _____
Ville _____ Code postal _____
Courriel _____
Téléphone _____
Cellulaire _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 1

Joueur 1 _____
Joueur 2 _____
Joueur 3 _____
Joueur 4 _____
Allergie(s) joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4
Description _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 2

Joueur 1 _____
Joueur 2 _____
Joueur 3 _____
Joueur 4 _____
Allergie(s) joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4
Description _____

QUATUOR ☐ x 1 375 \$ = +tx.
(membre fournisseur)
QUATUOR ☐ x 1 575 \$ = +tx.
(non-membre fournisseur)
JOUEUR INDIVIDUEL ☐ x 395 \$ = +tx.
(membre fournisseur)
JOUEUR INDIVIDUEL ☐ x 450 \$ = +tx.
(non-membre fournisseur)
DÉTAILLANT ☐ x 295 \$ = +tx.
SOUPER* ☐ x 185 \$ = +tx.

MONTANT TOTAL À PAYER

+tx.

*Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront souper dans le champ "Nom des joueurs"

27 SEPTEMBRE 2021

Club de golf Elm Ridge

851 chemin Cherrier, Île Bizard, Montréal

HORAIRE

Inscription : 8H00

Brunch : 8H30

Départ : 10H00 (Formule Shotgun / Vegas à 4 joueurs)

Cocktail : 17H00

Souper : 18H00

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à mfcoulombe@adaq.qc.ca ou par télécopieur au (514) 849-3021.

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 10 septembre 2021. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : 1 (800) 363-3923 #237.

COMMANDITE

Je désire prendre une commandite:

Pour voir les opportunités de commandites :
adaq.qc.ca/event/tournoi-de-golf-de-l-ada

QUATUOR

Comprend : 4 droits de golf et voiturettes, 4 brunchs, 4 cocktails et 4 soupers.

JOUEUR INDIVIDUEL

Comprend : droit de golf et voiturette, brunch, cocktail et souper.

SOUPER

Comprend : cocktail et souper.

MODE DE PAIEMENT

☐ Par chèque ☐ Visa ☐ MasterCard

Nom : _____

N° : _____ Exp : ____ / ____

Signature : _____



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

COVID-19:

DÉJÀ PLUS D'UN AN DE CHAMBOULEMENT

Depuis mars 2020, notre vie quotidienne a beaucoup changé. La dernière année a été marquée par de nombreuses mesures sanitaires, dont le port du masque et la distanciation sociale, ainsi qu'un couvre-feu pendant près de 6 mois sur une majorité du territoire québécois. En magasin, les détaillants ont dû s'adapter rapidement aux mesures changeantes, à une hausse importante de la clientèle et à une forte hausse pour le commerce en ligne en plus de devoir gérer le manque de main-d'œuvre grandissant. Voici un retour en images de la dernière année.



SAVIEZ-VOUS QUE...

Lors de la première vague au printemps 2020, le commerce en ligne pour les magasins d'alimentation a augmenté de 107 % en comparaison avec les chiffres du mois de février 2020. De plus, les ventes en magasin ont aussi augmenté de 3,3 % comparativement aux mois précédents.

AVRIL 2020

Au courant du mois d'avril, les épiceries étaient fermées le dimanche. Lors d'une conférence de presse, le premier ministre Legault avait annoncé que cette mesure était mise en place pour permettre aux employés d'avoir du temps de repos.



LE TRIO QUOTIDIEN

Au début de la pandémie, le premier ministre du Québec, François Legault, l'ancienne ministre de la Santé et des Services sociaux Danielle McCann et le directeur national de santé publique, le Dr Horacio Arruda, s'adressaient quotidiennement à la population québécoise quant à l'état de la situation.



MERCI!

Un gros merci à tous les employés présents sur le plancher à tous les jours pour continuer de nourrir le Québec en temps de crise!



LA CONSIGNE FAIT SON RETOUR

Quand la reprise des contenants consignés est repartie en mai, les détaillants ont fait face à un très gros volume de contenants, en plus de devoir s'assurer du respect des mesures sanitaires.



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.



Fruit d'Or

L'ENTREPRISE QUÉBÉCOISE FRUIT D'OR ACQUIERT DECAS CRANBERRY PRODUCTS

En mars dernier, le producteur de canneberges et de bleuets québécois Fruit d'or a acheté l'entreprise familiale du Massachusetts Decas Cranberry Products. Cette acquisition ouvre la porte du marché américain à l'entreprise établie dans le Centre-du-Québec.

Même si le montant de la transaction n'a pas été dévoilé, cet achat comprend l'usine de transformation et 380 des 450 acres de production de canneberges chez Decas, de même que ses contrats d'approvisionnements auprès de 150 producteurs indépendants aux États-Unis et au Québec. Malgré ce changement de mains, le site d'opération de Decas devient une filiale américaine de Fruit d'Or et conservera son nom et sa marque de commerce Decas Farms.

Le Québec est présentement le deuxième producteur mondial de canneberges, derrière le Wisconsin. Avant de jumeler les deux entreprises, Fruit d'or dominait déjà le marché mondial de la canneberge biologique, en plus d'avoir des ventes annuelles de 60 millions de dollars aux États-Unis.



LES FROMAGES FERMERS EN VOIE D'ÊTRE PROTÉGÉS AU QUÉBEC

Le gouvernement du Québec a publié dans sa *Gazette officielle* du 5 mai 2021, un projet de règlement visant à identifier le terme valorisant « fromage fermier ». Ces fromages, fabriqués à la ferme avec le lait produit par les animaux de cette même ferme, sont très prisés des consommateurs. Qu'ils soient fabriqués avec du lait cru, thermisé ou pasteurisé de vache, de chèvre, de brebis ou de bufflonne, ces fromages ont un goût unique et nécessitent un savoir-faire particulier de la part des producteurs-transformateurs. Un double travail qui demande des heures de dur labeur et une expertise particulière ! Le terme valorisant apportera une protection à ces produits en plus de leur conférer une notoriété sur le marché et d'offrir un gage d'authenticité au consommateur. Entre 30 et 40 entreprises au Québec pourraient utiliser cette reconnaissance pour leurs fromages. Pour l'instant, la Fromagerie Médard, la Fromagerie La Station et la Fromagerie du Presbytère font partie des entreprises qui s'impliquent déjà dans le projet. Tout producteur intéressé peut déjà consulter la norme sur le site du Conseil des appellations réservées : <https://cartv.gouv.qc.ca/fromagefermier>

Source : Conseil des appellations réservées et des termes valorisants

L'INDUSTRIE



DU BEURRE PLUS DUR À TEMPÉRATURE PIÈCE

Au cours des derniers mois, il a souvent été question de la dureté du beurre et qu'il ne ramollit pas autant à température ambiante. Les médias parlaient même d'un *Buttergate* pendant plusieurs semaines.

Une étude de l'université de Guelph, en Ontario, a confirmé cette constatation en faisant des tests sur une cinquantaine de beurres. Certains beurres canadiens restent beaucoup plus fermes. Cela s'expliquerait principalement par la présence d'huile de palme dans la nourriture donnée aux vaches pour gonfler la matière grasse du lait. Selon Sylvain Charlebois, les agriculteurs y auraient eu recours en raison de la pression des quotas et de la gestion de l'offre.

Le professeur Alejandro G. Marangoni, qui a dirigé l'étude à Guelph, a affirmé à *La Presse* que « les résultats montrent qu'il y a une corrélation significative entre le taux d'acide palmitique dans le beurre et sa fermeté ». Toujours selon les résultats de la recherche, la teneur en acide palmitique des beurres canadiens varie beaucoup et frôle les 40 % du gras total dans certains cas.

Même si l'étude fait le lien entre la concentration en acide palmitique et la texture du beurre, elle ne permet pas de conclure que le beurre est aujourd'hui plus ferme qu'avant la pandémie.



UN PROGRAMME DE CERTIFICATION VÉGÉTALE SUR LES TABLETTES

Un nouveau logo certifié, pour aider les consommateurs à identifier plus facilement les produits véganes, est disponible en magasin depuis quelques semaines. Le sceau « Certifié végétal » est aussi mis en place pour augmenter la confiance du public relativement aux produits qui sont réellement à base de plantes.

La Plant-Based Foods of Canada (PBFA) a travaillé à la mise en place de cette certification en partenariat avec l'association américaine Plant-Based Food Association (PBFA). Le protocole pour être « Certifié végétal » se concentre sur des options végétales pour remplacer des produits animaux. Les critères spécifiques sont disponibles sur le site Internet du PBFA.

Selon une étude de Nielson parue cette année, l'alimentation à base de végétaux continue de gagner du terrain au Canada. Les ventes pour ce type de produits ont continué de croître pendant la pandémie, avec un chiffre d'affaires dépassant les 500 millions de dollars.

DE RETOUR

pour une 6^{ème} édition !

CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier !*



Du 9 août au 29 août 2021

Les inscriptions sont commencées !
Rendez-vous au adaq.qc.ca
pour plus de détails !



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

**Alors que le concours approche à grand pas,
il est déjà temps de réfléchir au concept que vous voulez
mettre de l'avant ! Voici quelques projets gagnants des
dernières années qui pourraient vous inspirer dans votre
propre installation de merchandising :**

ÉDITION 2020
Gagnant de la catégorie
J'aime les fruits et légumes
du Québec



Partenariat entre
le Metro Plus Drouin et
l'entreprise Le Mont Vert

ÉDITION 2019
Gagnant de la catégorie
Produit régional



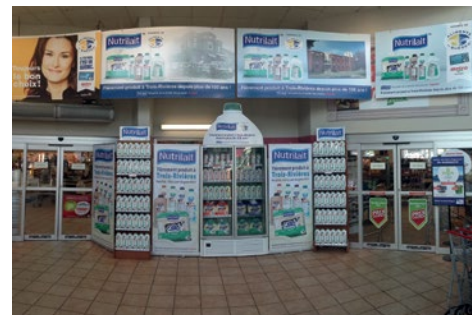
Partenariat entre
le Provigo Robert Desrochers et
l'entreprise Miel Morand

ÉDITION 2015
Gagnant de la catégorie
Petite ou moyenne surface



Partenariat entre
Rose Drummond et
l'entreprise Anhydra

ÉDITION 2013
Gagnant de la catégorie
Produit régional



Partenariat entre
le Metro Plus Jean XXIII et
l'entreprise Nutrilait

Connaissez-vous le Conseil de la transformation alimentaire du Québec ?



Avec plus de 500 membres, le CTAQ regroupe 80 % du volume annuel d'affaires d'une industrie de 32 milliards de dollars.

Être membre CTAQ, c'est se garantir un moyen d'interagir et de collaborer avec les acteurs de l'industrie alimentaire et s'exposer à de nouvelles opportunités d'affaires.

Le CTAQ offre une vitrine privilégiée sur l'industrie alimentaire du Québec et constitue un acteur de soutien incontournable pour nos entreprises d'ici.

Découvrez le CTAQ en visitant le conseiltaq.com

ACTUALITÉS TCBO

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.

CANTONS-DE-L'EST

VRAIMENT D'ICI, UNE NOUVELLE VEDETTE DES BOUTIQUES DE LA RÉGION DE MEMPHRÉMAGOG

Depuis déjà 10 ans, Créateurs de saveurs valorise les produits locaux des Cantons-de-l'Est. Cette année, la marque régionale s'unit avec la MRC de Memphrémagog dans le cadre de la démarche d'identité territoriale « Memphrémagog... Vraiment! » et du projet de valorisation agroalimentaire « Espaces boutiques & Épiciers complices ».

Les produits agroalimentaires fabriqués ou transformés sur le territoire de la MRC sont dès maintenant mis en vedette dans une quinzaine de boutiques de la région, à l'aide d'étiquettes installées sur leurs tablettes. Les étiquettes à double identification portent la mention « Produit Vraiment d'ici » associée à la région de Memphrémagog ainsi que le logo de la marque et la certification Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est permettant une meilleure identification des produits de la région.

« En installant les bavards dans une quinzaine de boutiques de la région, nous facilitons la vie des consommateurs en leur permettant d'identifier aisément les produits de chez nous. Au cours des derniers mois, l'emphasis a beaucoup été mise sur l'importance de l'achat local et nous croyons que ce message fait son chemin et que la population fait de réels efforts pour se procurer des produits d'ici », affirme Jacques Demers, maire de la municipalité de Sainte-Catherine-de-Hatley et préfet de la MRC de Memphrémagog.

Que ce soit des épicerie, des épicerie fines, des boulangeries, des vignobles ou d'autres lieux de vente de produits agroalimentaires, les boutiques mettant en valeur les produits sont situées un peu partout sur le territoire. Cette collaboration diversifiée facilite les efforts d'approvisionnement local des consommateurs où qu'ils soient. Les bavards seront affichés toute l'année dans les boutiques afin de permettre aussi aux visiteurs et aux vacanciers, plus présents durant la période estivale, de repérer facilement les produits d'ici et de faire de belles découvertes.

« Manger local est un geste qui s'apprend et l'identification est un moyen de rappeler aux gens qu'il y a souvent une alternative d'ici à portée de main. Que ce soit pour de petites ou grandes occasions! En rendant les produits locaux plus accessibles que jamais, il devient plus aisé pour les gens d'intégrer ces nouvelles alternatives à leur panier. Les vins et les fromages québécois en sont un bon exemple, mais grâce à cette initiative, nous espérons inspirer la population à intégrer davantage d'aliments de proximité au quotidien », affirme Etienne Fremond, directeur du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie, porteur de la marque Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est, qui regroupe près de 180 producteurs transformateurs agroalimentaires régionaux.

Les Espaces Boutiques des Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est sont des détaillants en alimentation qui s'engagent à favoriser les entreprises régionales en proposant une offre de produits locaux variée. Ainsi, ils encouragent l'économie locale.

La liste des boutiques utilisant les bavards mettant en vedette les produits agroalimentaires de la région de Memphrémagog est disponible sur le site web createursdesaveurs.com



ÎLES-DE-LA-MADELEINE

SAVOUREZ LES ÎLES – CAMPAGNE D'ACHAT LOCAL

L'été dernier, et plus que jamais, l'achat local s'est retrouvé sur toutes les lèvres. Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine (BGFIM) s'est alors lancé dans une campagne d'achat local d'envergure qui a servi, entre autres, à réduire les impacts négatifs de la pandémie sur les entreprises bioalimentaires des Îles.

En partenariat avec le groupe Sobey's, les 3 coops IGA des Îles et le marché Bonichoix, le BGFIM a pu mettre à jour les outils de promotion des produits locaux dans ces quatre grands marchés d'alimentation sous le thème « L'achat local, c'est de l'argent qui circule dans la communauté! ». Ces outils, disposés à travers les allées des épiceries, mettent en lumière les produits locaux tout en donnant lieu à une première rencontre entre producteurs et consommateurs! Afin de valoriser les bonnes pratiques, le BGFIM a également produit huit courtes vidéos mettant en vedette des producteurs locaux ayant des relations d'affaires exemplaires avec les détaillants de l'archipel.

Le BGFIM s'est également greffé à la campagne d'achat local de la municipalité des Îles-de-la-Madeleine pour bénéficier d'une plus grande portée promotionnelle à travers leur message commun. Un grand concours s'étalant sur cinq semaines a été lancé invitant les consommateurs à photographier leurs achats locaux faits dans les marchés d'alimentation. En tout, 25 paniers de produits ont été gagnés, d'une valeur totale de plus de 1000 \$.

Aux Îles, nous sommes fiers d'affirmer que l'achat local passe aussi par les relations entre producteurs et détaillants, et que les produits locaux rayonnent partout sur le territoire.



POUR TOUS VOS BESOINS, LES MEILLEURES SOLUTIONS



BOSTON 6



CO2 SYSTÈME



DAYTONA

SENDAI



arneg

CANADA



arneg

SYSTÈMES

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