

# RADAR

ASSOCIATION  
DES DÉTAILLANTS  
EN ALIMENTATION  
DU QUÉBEC

Hiver 2024

## PLUS QUE JAMAIS

Nous avons  
besoin de nous

**P.4**



### PHASE 1 MODERNISATION DE LA CONSIGNE

Résumé et les  
prochaines étapes  
**P. 9**



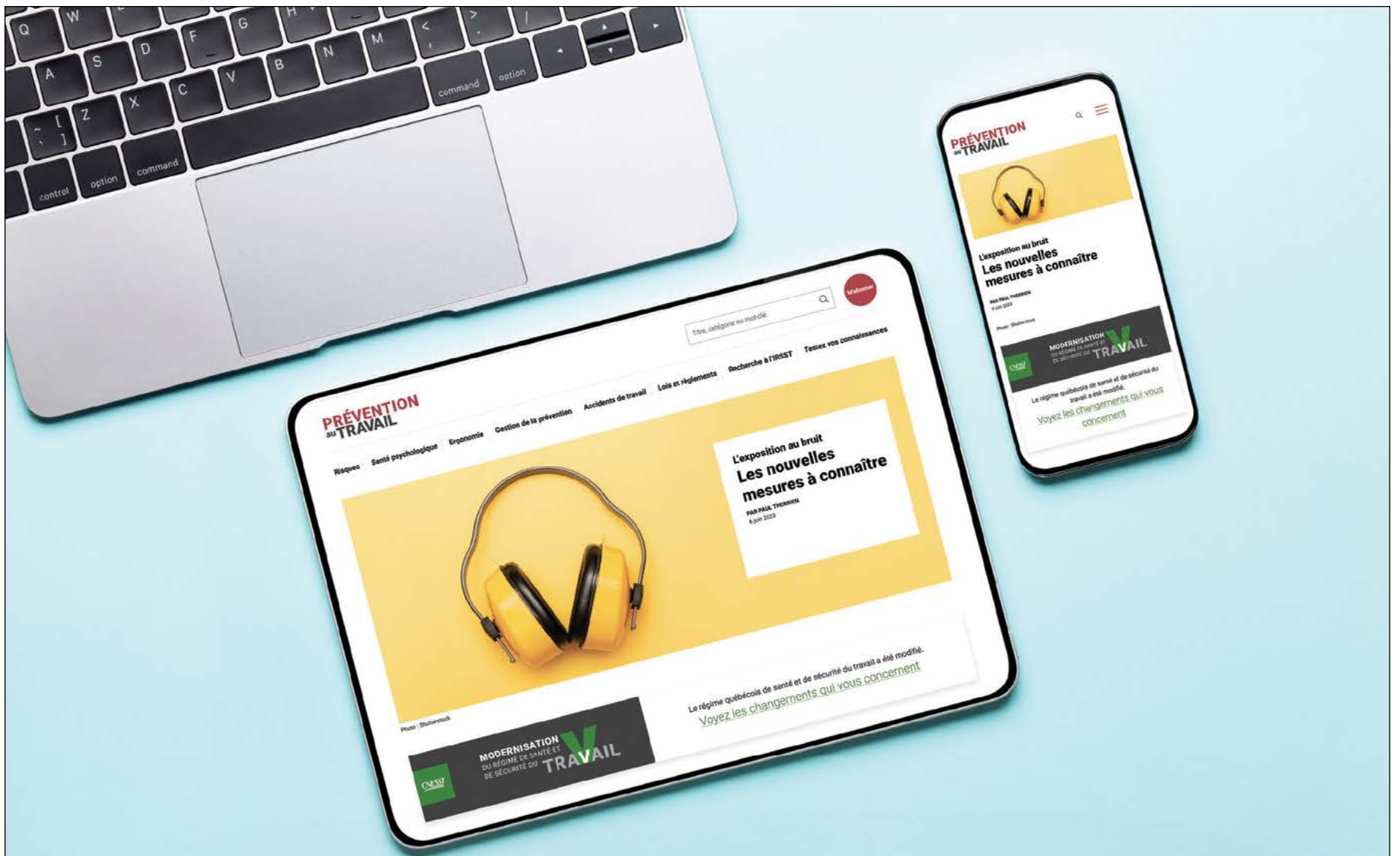
### SOMMET DE LA PRÉVENTION

Conférences et  
panels enrichissants  
**P. 17**



### CONCOURS DE BOUCHERIE 2024

Une 2<sup>e</sup> édition  
attendue  
**P. 32**



## À partir du printemps 2024, le magazine *Prévention au travail* ne sera plus imprimé!

Le magazine

**PRÉVENTION**  
**au TRAVAIL**

*C'est encore mieux sur le Web!*



DC1300-980 (2023-11)

Abonnez-vous dès maintenant à l'infolettre du *Prévention au travail* au [preventionautravail.com/abonnements](https://preventionautravail.com/abonnements) et visitez régulièrement notre site Web pour connaître vos droits et responsabilités en tant que travailleuse, travailleur ou employeur et pour ne rien manquer de nos articles en lien avec la santé et la sécurité du travail, les normes du travail et l'équité salariale.

**CNESST**

**irsst**

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

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

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

**Télécopieur :** (514) 849-3021 ▶ communication@adaq.qc.ca  
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,  
Montréal (Québec) H2K 1C3

**adaq.qc.ca**

**Dépôt légal :** Bibliothèque nationale du Canada  
Bibliothèque nationale du Québec

**ISSN :** 1708-4776

## RADAR

**DESIGN GRAPHIQUE**  
Mono Studio inc.

**RÉVISION LINGUISTIQUE**  
Catherine Baron

## PERMANENCE DE L'ADA

**Pierre-Alexandre Blouin**  
Président-directeur général

**Élodie Bourget**  
Agente des communications

**Karine Desmarais**  
Technicienne comptable

**Jessy Vézina**  
Vice-Président Développement  
et mobilisation

**Daniel Choquette**  
Directeur, Développement  
des compétences

**Samuel Bouchard Villeneuve**  
Directeur, Affaires publiques

**Stéfany Archambault**  
Vice-Présidente opération

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### COMITÉ EXÉCUTIF

**Michel Dépatie**  
Président

**Bruno Desrochers**  
Vice-président

**Éric Courtemanche Baril**  
Trésorier

**Annie Paquette**  
Secrétaire

### ADMINISTRATEURS

**Christine Barcelo**  
**Pierre-Alexandre Blouin**  
**Sylvie Bouffard**  
**Suzanne Charland**  
**Marcel Clermont**  
**Yanic Drouin**

**André Forget**  
**Mélissa Jasmin**  
**Guillaume Laroche**  
**Jean-Philippe Morissette**  
**Louis-Pierre Sourdif**  
**Simon Veilleux**

## DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

**Dominic Arsenault**

## SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

### COMITÉ EXÉCUTIF

**Mario Laplante**  
Président

**David Plante-Riou**  
Vice-président

**Jessica Bélair**  
Trésorier

**Christian Bérubé**  
Secrétaire

### ADMINISTRATEURS

**Natalie Ayotte**  
**Alain Bertrand**  
**Charles Brunelle**  
**Tony Fournier**

**Patrick Nadeau**  
**Patrick Simard**  
**Julie Venne**

# SOMMAIRE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>POINT DE VUE</b>   | <b>4</b>  |
| <b>CONSEIL D'ADMINISTRATION<br/>2023-2024 DE L'ADA</b>  | <b>4</b>  |
| <b>SECTION<br/>MEMBRES FOURNISSEURS</b>   | <b>6</b>  |
| <b>PORTRAIT DE DÉTAILLANT</b>   | <b>7</b>  |
| <b>SUIVI DE DOSSIERS</b>  |           |
| <b>ALCOOL</b>   |           |
| La continuité du conseil des ministres  | <b>8</b>  |
| <b>ENVIRONNEMENT</b>  |           |
| Consultation publique - Stratégie de<br>réduction et de gestion responsable<br>des plastiques au Québec | <b>9</b>  |
| Retour sur la 1 <sup>re</sup> phase de la<br>modernisation de la consigne                               | <b>9</b>  |
| <b>PROVINCIAL</b>   |           |
| Consultations prébudgétaires  | <b>10</b> |
| <b>AGROALIMENTAIRE</b>  |           |
| Prix du lait  | <b>10</b> |
| MAPAQ – Rencontre de débriefage sur<br>les événements de sécurité civile                                | <b>10</b> |
| <b>À LA MÉMOIRE DE</b>  | <b>11</b> |
| <b>UNE ADA REPRÉSENTATIVE</b>   | <b>13</b> |
| <b>QUI PEUT DEVENIR MEMBRE?</b>   | <b>14</b> |
| <b>SOMMET DE LA PRÉVENTION</b>  | <b>17</b> |
| <b>67<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA</b>   | <b>20</b> |
| <b>SIAL</b>   | <b>26</b> |
| <b>CONCOURS LES ALIMENTS DU<br/>QUÉBEC DANS MON PANIER!</b>   | <b>28</b> |
| <b>CAP 2023</b>   | <b>31</b> |
| <b>ATE+ BOUCHERIE</b>   | <b>32</b> |
| <b>TRANSFERT D'ENTREPRISE,<br/>UN PROCESSUS MÉCONNU</b>   | <b>34</b> |
| <b>CSMOCA</b>   | <b>37</b> |
| <b>INSCRIPTION 59<sup>E</sup> TOURNOI<br/>DE GOLF DE L'ADA</b>  | <b>38</b> |
| <b>NOUVELLES DE L'INDUSTRIE</b>   | <b>40</b> |
| <b>ACTUALITÉS DES TCBQ</b>  | <b>42</b> |

# POINT DE VUE

## PLUS QUE JAMAIS, NOUS AVONS BESOIN DE NOUS



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

On ne fera pleurer personne, mais vous savez comme moi que dans le contexte inflationniste actuel, le marché alimentaire devient de plus en plus complexe. Les consommateurs achètent moins d'aliments, pas nécessairement parce que c'est ce qu'ils veulent, mais bien parce qu'ils économisent là où ils le peuvent. Le logement et le transport sont des postes de dépenses difficilement compressibles, et ils sont aussi plus endettés qu'avant. Leur facture de carte de crédit moyenne est de 4000 \$, soit une augmentation de 4,2 % de la dette des ménages canadiens par rapport à l'année dernière. Le panier d'épicerie est sous intense pression.

Des collègues et des amis entrepreneurs se sont récemment résignés à changer leur trajectoire. Des détaillants, des restaurateurs, des fournisseurs sont arrivés à la conclusion qu'ils avaient assez donné. Je tiens à vous remercier d'avoir contribué à nourrir le Québec et je vous souhaite bonne chance pour la suite. Les commentateurs ne saisissent pas la pression qui est la vôtre pour tenir à flot vos entreprises, maintenir le gouvernail de vos équipes, servir quotidiennement vos clients avec le sourire.

Le cycle de l'alimentation se poursuit, à une cadence toujours plus rapide, l'ADA à vos côtés pour affronter les défis. Je suis d'ailleurs très fier de la composition de notre conseil d'administration, un savant mélange d'expérience et de renouveau. On compte des représentants des petites, moyennes et grandes surfaces alimentaires qui couvrent 11 des 17 régions administratives du Québec. J'ai vraiment hâte de travailler avec eux, pour nous tous.

Ces gens sont vos représentants; ils sont, comme la permanence de l'ADA et moi, engagés à relayer vos enjeux, vos problèmes, mais aussi à faire connaître vos idées et vos réussites. N'hésitez pas à les alimenter, à nous alimenter. On a parfois comme détaillant le réflexe de nous refermer sur nous-mêmes. C'est normal, ça m'est déjà arrivé, mais ça ne nous fait pas avancer.

On doit se serrer les coudes, on doit s'unir sur les enjeux politiques et partager les meilleures pratiques pour que les détaillants-propriétaires continuent leur mission essentielle aux quatre coins du Québec. N'attendez pas dans votre coin, inscrivez vos employés à nos formations gratuites

du CSMOCA, formez vos apprentis bouchers, participez à nos webinaires, rejoignez-nous à Laval le 20 février pour notre premier Sommet sur la prévention, au cocktail de la SMF et au SIAL Canada plus tard ce printemps.

D'ici là, écrivez-nous, appelez-nous, nous avons besoin de nous!

Pour poursuivre la lecture à ce sujet, vous pouvez vous rendre à la **page 13** pour lire le texte de **Jessy Vézina**.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION 2023-2024 DE L'ADA

L'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est fière d'annoncer que M. Michel Dépatie, du Metro Plus Dépatie (Laval), a été réélu au titre de Président du conseil pour une troisième année le 4 novembre dernier lors du 67<sup>e</sup> congrès annuel de l'ADA au Manoir Richelieu à Charlevoix. Complètent le comité exécutif : M. Bruno Desrochers, du Provigo Desrochers (Chertsey), M. Éric Courtemanche, du Tradition Courtemanche-Baril (Québec) et Mme Annie Paquette, de Pasquier (Saint-Jean-sur-Richelieu et Delson).

De plus, quatre nouveaux administrateurs font leur entrée au conseil d'administration de l'ADA, soit Mme Sylvie Bouffard, des Boucheries Face de Bœuf (Sherbrooke et Ayer's Cliff), M. Yanic Drouin, de la Coop Convivio IGA (Québec), M. Mario Lebrun, de L'Intermarché Lebrun (Saint-Roch-de-l'Achigan) et du Marché Dessaulles (Saint-Hyacinthe), M. Jean-Philippe Morissette, du Groupe Metro Beaumier (Bécancour, Saint-Tite et Sainte-Anne-de-la-Pérade).

Merci également à M. Marc Bougie, Mme Marie-Josée Drouin, M. Jasen Gaouette, M. Patrick Pinard pour leur contribution inestimable à titre d'administrateurs de l'ADA jusqu'à cette année. Voici la composition du conseil d'administration :

### COMITÉ EXÉCUTIF



**Michel Dépatie**  
Président, Laval



**Bruno Desrochers**  
Vice-président,  
Lanaudière



**Éric Courtemanche  
Baril**  
Trésorier,  
Capitale-Nationale



**Annie Paquette,**  
Secrétaire,  
Montérégie

# UNE NOUVELLE ANNÉE QUI NE PEUT QUE FAIRE MIEUX



**Pierre-Alexandre Blouin**  
Président-directeur général

Après une année 2023 très difficile sur différents plans, on ne peut que se souhaiter une année d'atterrissage en douceur, bien qu'une baisse du taux directeur se fasse encore attendre il semble qu'elle devrait pointer le bout du nez en 2024. Je vous rassure, je ne veux pas tomber dans les souhaits niais en prévision de la nouvelle année. L'actualité médiatique, économique et politique prévoit un foisonnement d'enjeux qui risquent encore de s'immiscer dans notre réalité alimentaire.

On sent un sentiment d'urgence à tous les paliers politiques. Alors que les relations de travail causent des remous à Québec, les sondages surprennent. On sent le gouvernement caquiste un peu plus loin du terrain, probablement moins connecté qu'à son premier mandat. Pour renverser la tendance, il a certes dans ses rangs un bon exemple à suivre avec le ministre André Lamontagne, qui a su rester connecté à sa clientèle malgré une situation économique préoccupante et des intérêts divergents. On s'attend à commencer les travaux de la prochaine Politique bioalimentaire du MAPAQ en collaboration avec lui. Cette politique permettra au gouvernement d'illustrer sa vision du secteur bioalimentaire, vecteur important de l'économie québécoise. Fidèle à son habitude, notre association

répondra présente pour contribuer à la mise en œuvre de cette stratégie.

À Ottawa, l'usure du pouvoir, la croissance anémique, l'inflation et des taux d'intérêt élevés sur lesquels il ne peut exercer une influence, affectent le gouvernement libéral. On semble se rapprocher d'élections, la grogne monte et comme le disait Michel, la pression est grande sur le pouvoir d'achat des Canadiens, plus endettés qu'avant. Ça va prendre davantage que des menaces de taxe sur les profits pour rétablir une saine concurrence dans le marché. Il y a le Code de bonnes pratiques qui semble finalement sur le point d'aboutir si toutes les parties peuvent accepter d'y adhérer pour le bien de toute l'industrie. Le renforcement de la loi sur la concurrence est aussi une mesure intéressante, mais elle ne changera pas l'équilibre des forces en présence. Le Bureau de la concurrence ne peut pas changer le passé, il ne pourra intervenir que dans des situations futures.

Est-ce que les plus petits joueurs pourront rester compétitifs dans le marché actuel où leurs frais d'exploitation ne cessent d'augmenter? Entre dénoncer et réellement résoudre la situation, il y a tout un monde. Un exemple, le député du NPD Alexandre Boulerice était certainement animé de bonnes

intentions quand il a lancé une campagne de dépliants dans son comté critiquant le prix élevé du pain, accusant évidemment au passage les détaillants. Peut-être qu'en visitant les rues et les commerces de son comté, il pourrait constater que le prix de tous les pains, industriels comme artisanaux, a explosé. Est-ce le résultat de la cupidité des détaillants ou le poids des intrants, des charges et de la main-d'œuvre? Comme le disait mon grand-père, maintenant c'est à lui les oreilles.

Les préjugés sont tenaces, mais on peut les faire tomber en se donnant la peine d'expliquer franchement notre point de vue. Il ne faut pas craindre de tendre la main et d'offrir notre perspective. On va y travailler avec sérieux pour faciliter l'atterrissage. On s'en reparle bientôt.

Un éditio sans un mot sur la consigne vous aurait surpris dans le contexte des échéances qui sont devant nous. En particulier dans ce dossier, je nous souhaite de faire mieux. Je nous souhaite que toute l'industrie s'unisse pour offrir une meilleure expérience aux clients qui font l'effort de rapporter leurs contenants, des environnements efficaces, salubres, adaptés à la nature et au volume de ce qui arrive dans à peine plus d'un an.

Grosse année en perspective, espérons-en une meilleure que la dernière.

## ADMINISTRATEURS



**Christine Barcelo**  
Montréal



**Yanic Drouin**  
Capitale-nationale



**Suzanne Charland**  
Estrie



**Marcel Clermont**  
Montérégie



**Jean-Philippe Morissette**  
Mauricie et Centre-du-Québec



**André Forget**  
Montréal, Laurentides, Lanaudière, Montérégie



**Dominic Arsenaault**  
Estrie



**Sylvie Bouffard**  
Estrie



**Mélissa Jasmin**  
Laurentides



**Guillaume Laroche**  
Chaudière-Appalaches



**Mario Lebrun**  
Montérégie



**Louis-Pierre Sourdif**  
Montréal



**Simon Veilleux**  
Bas-Saint-Laurent

## DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

## PERSPECTIVES 2024 : NOUVEAUX DÉFIS, NOUVELLES INITIATIVES ET COLLABORATION RENFORCÉE AVEC NOS FOURNISSEURS



**Mario Laplante**  
Président SMF

Chers collègues fournisseurs,

Nous venons tout juste de terminer notre congrès 2023 et notre équipe est déjà en selle pour la planification de nos activités 2024. Avant toute chose, je tiens à vous informer qu'un nouveau membre de l'industrie s'est joint à notre conseil d'administration. Le conseil d'administration souhaite la bienvenue à madame Julie Venne, directrice Développement des affaires chez Nutri-Impact. Nous sommes convaincus que Julie apportera sa touche et son expérience au profit de la section des membres fournisseurs.

Nous avons déjà commencé la planification de notre activité de réseautage d'avril prochain. Le succès de l'activité 2023 nous a démontré que cette activité est bien reçue de l'ensemble des membres. Je ne peux passer sous silence que 2024 sera également

l'année du SIAL Canada qui aura lieu du 15 au 17 mai au Palais des congrès de Montréal et finalement notre activité de golf qui aura lieu le 27 mai. Le début de l'année 2024 sera donc particulièrement occupé pour l'organisation. Soyez à l'affût des invitations via vos courriels.

Nous mettrons notre mission au premier plan en 2024. Que ce soit pour le rayonnement des membres, la participation à la résolution d'enjeux et le soutien des fournisseurs en période de démarrage (mentorat), la SMF jouera un rôle de premier plan.

En terminant, je vous invite à nous faire parvenir vos commentaires ou questions à propos de tout sujet que notre organisation pourrait mettre de l'avant. Nous sommes fiers de vous représenter.

Bien à vous!



# PORTRAIT DE DÉTAILLANT



## UNE HISTOIRE FAMILIALE

En 1989, l'histoire du Supermarché PA débute lorsque Sam et Taso, deux frères provenant de Montréal et nés de parents d'origine grecque, font l'acquisition d'une petite épicerie du quartier multiethnique du Mile End. Cette échoppe, située à l'intersection de l'avenue du Parc et du boulevard Saint-Joseph, se consacre initialement à servir la communauté grecque.

Les frères Erimos se fixent comme objectif d'approvisionner leurs clients quotidiennement avec des produits diversifiés, frais, et de qualité, tout en veillant à maintenir des prix compétitifs. Trois décennies après l'inauguration de leur premier établissement de quartier, et avec trois succursales à Montréal et une à Laval, l'engagement du Supermarché PA envers la communauté reste intact, demeurant toujours à l'écoute des besoins de leur clientèle. Un cinquième magasin a également vu le jour dans le quartier Westbury.

En tant qu'épiciers indépendants, les frères Erimos tiennent à préserver l'identité de leur épicerie de quartier, plaçant la communauté au cœur de leurs activités. La tradition du Supermarché PA est d'offrir une large variété de fruits et légumes frais, de fromages, de produits d'épicerie fine, ainsi que des viandes et poissons de la meilleure qualité.

Sam Erimos, cofondateur du Supermarché PA, s'occupe encore de la gestion, de l'administration et de la mise en marché. Cependant, avec l'implication croissante de ses enfants, il commence à déléguer tout en excluant toute idée de retraite immédiate.

L'alimentation a toujours été au cœur de sa vie, ayant travaillé comme poissonnier dans divers commerces. Son amour pour la nourriture est profondément enraciné, ayant commencé dans le domaine de la poissonnerie au centre-

ville de Montréal. Il a d'ailleurs été un des premiers poissonniers du marché 5 saisons à Montréal.

## LES DÉFIS DE SUPERMARCHÉ PA

Gérer les enjeux d'espace dans des supermarchés en milieu urbain n'est pas facile, mais Sam souligne que le fait de commencer dans le domaine en possédant une petite superficie fait en sorte qu'il est plus facile de s'adapter lorsqu'on doit en gérer de plus grosses. Également, le choix minutieux des produits à vendre, l'utilisation de l'horizontalité pour la mise en marché et le développement de compétences pour optimiser l'espace sont des habiletés qu'il a acquises avec le temps.

Heureusement, il y a eu plusieurs projets d'agrandissement. Les deux frères se sont lancés à leur compte avec un commerce de 1300 pieds carrés comportant un sous-sol. Après un incendie, ils ont acheté le terrain adjacent, ce qui a doublé la superficie de leur commerce. Ils ont ensuite acheté le terrain du voisin, ce qui a triplé la superficie. Et finalement, ils ont agrandi vers l'arrière pour donner

au magasin une superficie de 6500 pieds carrés avec un sous-sol aux mêmes dimensions avec beaucoup de marchandises et d'entreposage.

Le manque de main-d'œuvre est endémique, mais le Supermarché PA s'entortille avec une équipe exceptionnelle de ressources humaines. Ils traitent leurs employés avec respect, les rémunèrent de manière compétitive et stabilisent l'équipe des temps pleins tout en gérant le roulement fréquent des temps partiels.

L'approche du Supermarché PA pour offrir des prix compétitifs implique une équipe d'acheteurs diligents, une flexibilité d'achat non affiliée à une bannière, et une attention particulière portée aux produits périssables. Les relations solides avec les fournisseurs et un réseau bien établi contribuent également à maintenir des prix compétitifs.

## DES COMMERCES DE QUARTIER QUI SE DISTINGUENT

L'innovation se manifeste dans la négociation des prix, privilégiant les importateurs et les fabricants locaux

plutôt que les marques nationales. Le Supermarché PA se distingue également par sa diversité de produits, adaptée aux communautés locales multiculturelles qui animent les quartiers où se trouvent leurs magasins.

La gestion des supermarchés PA repose sur une équipe solide en coulisses, une communication efficace avec les responsables clés, et une confiance mutuelle. Le lien familial est essentiel, considérant chaque employé comme un membre de la famille, créant une atmosphère conviviale qui persiste depuis les débuts.

L'entreprise se différencie par son offre de produits diversifiée, adaptée aux besoins des communautés locales. Bien que la pandémie ait ajouté des défis d'approvisionnement, la flexibilité et la relation client demeurent prioritaires.

L'adaptation aux marchés urbains et banlieusards implique des ajustements d'espace et de logistique. La relation client reste constante, en gardant en tête l'importance du service.

## UNE CULTURE FAMILIALE QUI SE PERPÉTUE

L'histoire familiale imprègne le Supermarché PA, avec le soutien financier initial du père de Sam et de Taso. Maintenant que les enfants ont rejoint l'entreprise, la famille reste le fondement, et le respect familial est la clé.

La dynamique des commerces repose sur l'adaptabilité aux quartiers, un fort engagement envers le service à la clientèle et la constance dans la formule de base. Pour Sam Erimos et le Supermarché PA, l'essentiel est de travailler dur tout en offrant un service de qualité à leurs clients.



SAM ET TASO ERIMOS | PROPRIÉTAIRES DES SUPERMARCHÉS PA



POUR ÉCOUTER LE BALADO  
SUR LE SUPERMARCHÉ PA





# SUIVIS DE DOSSIERS

2024 sera une année fortement occupée en terme de dossiers politiques. Dans ces pages, nous vous tenons au courant de l'évolution des enjeux et des actions de votre association auprès des décideurs politiques.

## ALCOOL

### PERMIS DE RESTAURATION – UNE DÉCISION DE LA RACJ QUI DÉPLAÎT AUX CAVISTES ▼

La Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) a révoqué le permis de restauration de l'établissement montréalais Boires dans un jugement rendu le 13 octobre dernier. Le jugement mentionne que Boires avait comme vocation première la vente de vin plutôt que la préparation de repas.

Rappelons que le projet de loi 72 adopté en décembre 2020 par la vice-première ministre et ministre de la Sécurité publique de l'époque, madame Geneviève Guilbault, a modifié certaines dispositions concernant les permis d'alcool et les boissons alcooliques, dont la possibilité pour un restaurant de vendre de l'alcool avec l'achat d'un aliment plutôt qu'avec un repas.

Le jugement de la RACJ mentionne que le restaurant faisait 80 % de son chiffre d'affaires avec la vente d'alcool et estime que «l'impression qui s'en dégage est que le titulaire agit à titre de caviste qui exploite une boutique de vin et non comme un commerce effectuant de façon principale et habituelle la préparation et la vente d'aliments sur place. Or, au Québec, en raison du monopole détenu par la SAQ, ce modèle d'affaires n'est pas autorisé pour la titulaire d'un permis de restaurant». Plus encore, la décision révèle que «le Tribunal ne peut voir autre chose dans les façons de faire de la titulaire qu'un stratagème pour lui permettre la vente non conforme de bouteilles de vin avec un permis de restaurant». En résumé, la Régie considère dans sa décision que l'ajout d'un aliment, souvent très minimaliste comme du maïs soufflé, à une commande de bouteilles de vin n'est pas suffisant pour se conformer à la loi.

Pour l'ADA, l'interprétation de la Loi reflétée dans ce jugement est juste. Néanmoins, le système actuel demeure perfectible. Certaines règles limitent le développement des détaillants en alimentation qui sont des titulaires de permis pour vendre des produits alcoolisés. Une réflexion rassemblant les différentes parties prenantes impliquées permettrait sans doute de tirer des constats et d'identifier des avenues qui améliorent ce secteur de l'économie. Pourrait-on favoriser davantage le déploiement des Agences SAQ? Est-il envisageable que certains détaillants ajoutent une formule de bistro avec vente et dégustation d'alcool à même leur établissement? Chose certaine, l'ADA s'assurera de se faire entendre afin que tout éventuel changement soit équitable pour tous les titulaires de permis plutôt que favorables à quelques intervenants seulement.

## ENVIRONNEMENT

### CONSULTATION PUBLIQUE - STRATÉGIE DE RÉDUCTION ET DE GESTION RESPONSABLE DES PLASTIQUES AU QUÉBEC ▼

Alors que le Fédéral et de nombreuses municipalités ont établi des règlements encadrant différents plastiques, nous avons de nombreuses fois souligné l'incongruité que Québec soit absent du débat. Il semble que cet appel ait finalement été entendu, tout en espérant que la démarche vienne harmoniser et non diviser.

L'ADA a été invitée à une journée d'échanges sur la prochaine Stratégie de réduction et de gestion responsable des plastiques au Québec, le jeudi 30 novembre. Nous avons eu l'opportunité de faire entendre la voix des détaillants en alimentation qui est essentielle pour la mise en œuvre de cette future stratégie. D'emblée, bien que celle-ci ne soit pas encore finalisée, nous saluons la volonté du gouvernement à consulter les parties prenantes en amont. C'est un pas dans la bonne direction.

#### OUTRE L'UNIFORMISATION DES MESURES, VOICI LES PRINCIPALES ORIENTATIONS QUE NOUS AVONS PARTAGÉES :

En contexte inflationniste, il faut à tout prix limiter le potentiel coût supplémentaire des alternatives de remplacements ou réutilisables soit ajouté à la facture du consommateur pour qui la coupe est pleine.

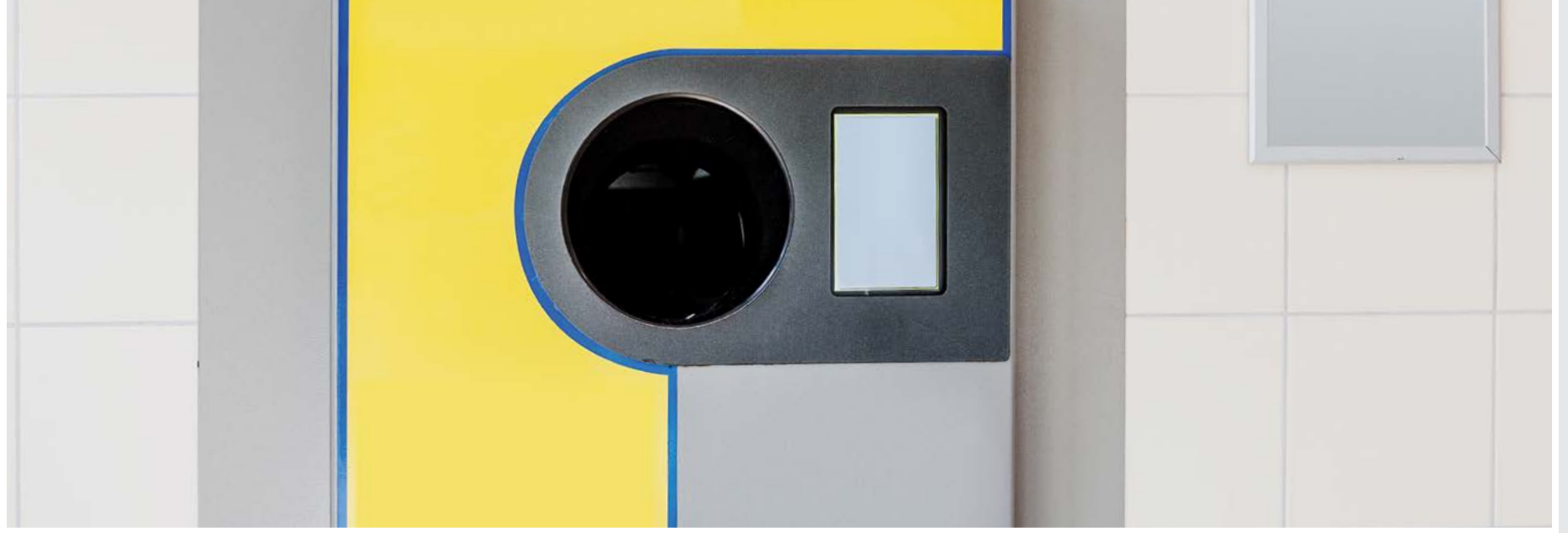
Pour qu'un produit d'emballage soit remplacé, nous devons considérer l'ensemble des caractéristiques. Des solutions équivalentes en matière de conservation, de salubrité et de sécurité des aliments doivent être disponibles ou conçues avant d'opérer un tel changement.

Produits en vrac : si le recours aux produits en vrac est souhaité, le ministère devrait faire une étude sur la salubrité et l'opportunité de mettre ce système en place à l'échelle du Québec.

Il faut éviter d'augmenter la pression sur les opérations des commerces.

Il faut également que les contenants alternatifs soient uniformes à l'ensemble du Québec.





## RETOUR SUR LA 1<sup>RE</sup> PHASE DE LA MODERNISATION DE LA CONSIGNE ▼

La nouvelle consigne sous responsabilité élargie des producteurs (REP) est maintenant en vigueur depuis quelques semaines. Pour les clients ça a été une transition pratiquement imperceptible sinon le changement des montants de consigne, alors que du côté des détaillants la frustration s'est accumulée avec le volume conséquent de contenants accumulés par les clients.

### LE NOUVEAU SYSTÈME A VÉCU DIFFÉRENTS PROBLÈMES PRÉVISIBLES. QUELQUES EXEMPLES, NON EXHAUSTIFS, MAIS NÉANMOINS REPRÉSENTATIFS DU NIVEAU DE PRÉPARATION :

Les listes de produits fournies à la fin octobre étaient incomplètes;

Des récupérateurs et pas les moindres n'avaient pas ajusté les nouveaux montants de consigne ou de prime de manutention aux détaillants;

Des CRU de verre n'avaient plus de récupérateurs sur le terrain;

Des factures de dépenses admissibles soumises à l'AQRCB n'ont pas été réglées dans les 30 jours prévus par le règlement;

De nombreux détaillants se sont plaints de ne pas obtenir de réponses aux coordonnées prévues par l'AQRCB 1 877-CANETTE et [detaillants@consignaction.ca](mailto:detaillants@consignaction.ca)

Les contrats validant les conditions de reprises n'ont été acheminés qu'au début décembre.

Des détaillants n'étant plus autorisés à mettre à jour manuellement leurs gobeuses non connectées, doivent gérer plus de rejets et trafic à leur courtoisie;

Afin d'opérer adéquatement le premier jalon de cette transformation, une étude sera complétée en début d'année 2024 afin de s'assurer que les frais de manutention payés aux détaillants représentent adéquatement le coût de ces opérations en magasin.

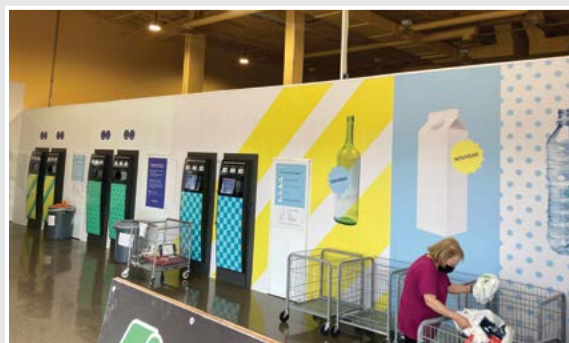
Alors que nous sommes aux balbutiements de la modernisation de la consigne, nous orientons nos efforts sur la 2<sup>e</sup> phase qui présente des défis titanesques. Le gouvernement souhaite y ajouter les bouteilles de vin, les bouteilles de spiritueux, les bouteilles d'eau ainsi que les cartons de lait ou de jus. Si pour certains ces changements semblent cosmétiques, il s'agit en réalité d'une grande transformation pour la réalité opérationnelle des détaillants et pour les habitudes des consommateurs. Les détaillants ont toujours fait partie de la solution dans la gestion de la consigne au Québec. Leur expérience terrain leur confère une expertise inégalée. Fidèles à ce leadership, nous mettons de l'avant des solutions innovantes comme une structure de travail collaborative proposée à l'AQRCB. L'objectif est de mettre en place une approche structurée, coordonnée et proactive via quatre groupes de travail essentiels (cartographie, opérations, communications et base de données).

À l'aube de cette seconde phase, plusieurs questions demeurent. Est-ce que la récupération en magasin de contenants de laits souillés et le concassage de verre mettraient à risque l'innocuité et la salubrité des installations? Comment opérer de tels changements dans des commerces qui n'ont pas l'espace requis? Afin de répondre à ces enjeux opérationnels, l'ADA exige que différents scénarios de reprises des contenants consignés hors magasin soient préparés pour permettre la conformité des détaillants visés au règlement. Ce faisant, voici un regard rétrospectif de quelques projets pilotes qui ont été développés par certains de nos membres au cours des derniers mois et qui pourront alimenter la suite de cette réforme.



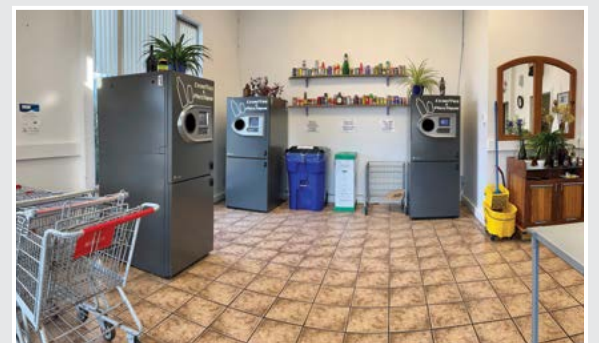
### KIOSQUE EXTÉRIEUR - MÉTRO DÉPATIE LAVAL

Le kiosque Gobi mis en place dans le stationnement du détaillant est un système de collecte multi-matières conçu pour l'extérieur. Il recueille actuellement près de 30 000 contenants en moyenne par semaine avec une capacité de plus de 100 000 contenants. Ce kiosque modulaire s'adapte à la réalité des détaillants. Il permet la collecte de tous les contenants de la consigne élargie, la perforation et le cassage des contenants, la compaction et le ramassage par le récupérateur.



### CENTRE DE DÉPÔT - IGA EXTRA MARCHÉ ST-PIERRE ET FILS

Le projet pilote de Granby comprend 6 postes de récupération et une ligne commerciale rapide avec une capacité annuelle minimale de 10 millions de contenants. Fort de son succès, le centre de dépôt sera prochainement opéré par l'AQRCB. Ce centre de dépôt sécuritaire et perforant donne un avant-goût des futurs centres de dépôt qui verront le jour avec la modernisation de la consigne.



### CENTRE DE DÉPÔT - CAP-DE-LA-MADELAINE

Trois détaillants ont mis en place un centre de dépôt avant que les projets pilotes de la modernisation de la consigne soient implantés. Jusqu'à l'année dernière, un partenariat avec le CIUSSS a permis d'employer des personnes atteintes de déficience intellectuelle légère. Le résultat est concluant : le centre de dépôt fait partie des habitudes des consommateurs et ramasse davantage de contenants consignés que ce que les trois épiceries vendent.



## PROVINCIAL

### CONSULTATIONS PRÉBUDGÉTAIRES ▼

À l'occasion de la dernière campagne électorale québécoise, l'ADA a déposé un cahier de propositions des détaillants en alimentation aux différentes formations politiques. Celui-ci rassemblait des propositions en matière de main-d'œuvre, de technologie, d'alcool, de consigne élargie et de plastique.

L'ADA a amorcé des représentations dès l'automne dernier en prévision du dépôt du 2<sup>e</sup> budget de cette législature qui sera présenté ce printemps. Cette année, selon vos besoins les plus criants, nous avons formulé trois demandes. Nous avons consulté les membres de l'association afin d'orienter notre démarche selon leur réalité terrain et leurs besoins. Bien que plusieurs autres dossiers politiques soient actifs, il s'agira des principaux dossiers que nous mettrons de l'avant au cours de la prochaine année. Les voici :

#### COMMERCE DE VILLAGES

Lors de la dernière campagne électorale, le gouvernement Legault s'est engagé à investir 470 M\$ afin d'aider les villages du Québec à assurer les services de proximité. Notre objectif pour le prochain budget est que cet investissement soit confirmé par le gouvernement et que les mesures soient concrètes et pérennes pour les détaillants touchés. Selon l'information recueillie chez nos membres, les actions les plus pertinentes pour accompagner les commerces concernés sont des subventions aux entreprises, un fond pour financer le repreneuriat et un programme de financement pour le virage numérique.

#### MAIN D'ŒUVRE

Lors du budget 2023 du gouvernement du Québec, le ministre des Finances Eric Girard a annoncé des changements au Régime des rentes du Québec (RRQ) afin d'encourager les travailleurs expérimentés à demeurer sur le marché du travail. Ces mesures seront effectives dès le 1<sup>er</sup> janvier 2024. Malgré ces récentes avancées, les membres de l'ADA qui ont été consultés nous ont mentionné que l'effet de celles-ci sera minime. Nous demandons donc au gouvernement de bonifier les mesures d'attraction pour les travailleurs expérimentés avec une prime au travail pour les travailleurs d'expérience sous forme de baisse d'impôts

#### TECHNOLOGIE

Outre la rétention du personnel, l'amélioration des processus opérationnels en magasin aurait un impact considérable sur la productivité dans un contexte de rareté de main-d'œuvre. Avec de faibles marges bénéficiaires ou des magasins de petit volume, il est difficile pour plusieurs détaillants de procéder à des investissements technologiques substantiels. Malgré le gain marqué de ces investissements, il n'existe aucun programme gouvernemental pour accompagner les détaillants dans cette transformation. Nous demandons donc au gouvernement la mise en place d'un programme d'automatisation afin de contribuer au financement de caisses libre-service, la transition vers des dispositifs d'étiquettes numériques, etc.

## AGROALIMENTAIRE

### PRIX DU LAIT ▼

Chaque automne, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) consulte les parties prenantes concernées pour fixer les prix minimums et maximums du lait conventionnel.

Considérant le report du rajustement du prix du lait à la ferme au 1<sup>er</sup> mai 2024, plutôt qu'au 1<sup>er</sup> février 2024, il a été convenu de procéder exceptionnellement avec deux audiences. La première audience sur l'ajustement des « autres coûts » s'est déroulée le 1<sup>er</sup> décembre 2023. Le Conseil des industriels laitiers du Québec et Agropur ont demandé à la Régie d'appliquer le mécanisme d'indexation des « autres coûts » ce qui représente un ajustement des « autres coûts » de 6,01%. Pour cette portion de la tarification, l'ADA a demandé un ajustement qui considère la hausse des coûts des détaillants, notamment induits par une hausse historique du salaire minimum, les taux d'intérêts de plusieurs détaillants qui ont grandement augmenté avec la hausse du taux directeur, l'augmentation des taxes, du coût des loyers, etc.

Le 14 décembre, la Régie a rendu sa décision concernant la portion « autres coûts » afin de déterminer le prix au 1<sup>er</sup> février 2024. Celle-ci rejette la demande d'ajustement des grilles de prix du lait de consommation en prévision du 1<sup>er</sup> février 2024. La RMAAQ justifie ce refus afin d'éviter deux augmentations de coûts à courte échéance (1<sup>er</sup> février 2024 et 1<sup>er</sup> mai 2024) alors que la situation économique actuelle pose de grands défis pour plusieurs consommateurs. L'organisme mentionne également le souhait d'entamer une analyse approfondie du règlement.

La prochaine audience de la Régie pour la portion « coût du lait » est prévue le 15 février 2024. L'ADA continuera de faire des représentations afin que la marge bénéficiaire des détaillants soit assurée tout en garantissant l'accessibilité du produit aux consommateurs.

### MAPAQ – RENCONTRE DE DÉBREFFAGE SUR LES ÉVÉNEMENTS DE SÉCURITÉ CIVILE ▼

Les acteurs impliqués du secteur bioalimentaire ont été conviés par les responsables du Plan national de sécurité civile du (MAPAQ). L'objectif de la rencontre était de dresser un bilan de la gestion opérationnelle des événements de sécurité civile des derniers mois tels que la fermeture du pont Touzel sur la Côte-Nord ainsi que les feux de forêt. Selon les discussions, le constat qui émerge est qu'une planification en amont de plans de contingence sera grandement utile afin que l'approvisionnement des aliments aux marchands concernés soit plus efficace. Un registre des fournisseurs et des répondants pertinents pour chaque organisation sera créé et mis à jour annuellement afin que la séquence de communication et la mise en place des actions considèrent l'ensemble des partenaires de la chaîne logistique.

Un des enjeux concerne les modes de transports alternatifs (aérien et maritime). Davantage de préparation est nécessaire pour assurer la fluidité de l'approvisionnement lorsque le mode de transport habituel n'est pas envisageable. Plus concrètement, certains membres ont mentionné qu'il pourrait être nécessaire de créer des procédures pour chacun des types de transports afin d'éviter les délais. En outre, certains produits frais essentiels pourraient être identifiés et priorisés.

Pour la suite, le MAPAQ fera un bilan de la rencontre et s'assurera que la collaboration se poursuit avec les différents acteurs du secteur afin d'éviter les enjeux opérationnels des détaillants dans les futurs événements de sécurité civile.

# À LA MÉMOIRE DE

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



**ROBERT SAVOIE**  
1940-2023

Boucher de 3<sup>e</sup> génération et introduit au Temple de la renommée de l'ADA en 2014, monsieur Robert Savoie est décédé le 15 novembre 2023 à l'âge de 83 ans. M. Robert Savoie est le fondateur de la Salaison Saint-André à Montréal et le fils de feu Lucien Savoie et de feu Germaine Léonard.

Il laisse dans le deuil son épouse Claire Desrochers, ses enfants : André (Marie-Claude Dionne) et Marie-Josée (Jean-Benoit Marcoux). Il laisse également dans le deuil sa petite-fille, Julianne, ses petits-fils : Émile, Justin, Benjamin et Charles-Antoine. Il était le frère de Maurice Savoie, de feu Gilles Savoie, prêtre, et de feu Marielle Savoie, S.S.A.



**RENÉ LAPOINTE**  
1929-2023

René Lapointe, figure marquante de l'alimentation québécoise, nous a quittés. Homme passionné, il a trouvé le bonheur dans son magasin Provigo Lapointe Boisbriand et aux côtés de sa famille, laissant un héritage remarquable. Avec sa fille Linda, il a créé un duo unique dans l'industrie alimentaire. Originaire de Chaudière-Appalaches, il a amorcé sa carrière avec audace, passant de la vente de pain ambulant à l'ouverture de succursales Provigo. Son engagement et son sens du commerce ont laissé une empreinte durable. Linda a repris les rênes en 1988, perpétuant le succès familial. René Lapointe, homme sensible aux autres, a également marqué la communauté par des initiatives sociales, témoignant de son désir constant de contribuer au bien-être d'autrui. Aujourd'hui, la famille Lapointe continue de perpétuer cet héritage, laissant derrière eux une empreinte indélébile dans l'histoire de l'alimentation québécoise.



**CHARLES FORDHAM**  
1948-2023

**Reconnu comme un pilier du monde des affaires de Soulanges, Charles Fordham est décédé le mercredi 29 novembre, laissant dans le deuil ses proches et de nombreux amis.**

Celui qu'on appelait affectueusement « Charlie » était l'homme derrière l'épicerie Métro de Saint-Zotique, qu'il a développée sur une période de près de 70 ans à l'intention d'une clientèle de plus en plus nombreuse.

Un hommage lui a été rendu lors de son intronisation au 65<sup>e</sup> congrès de l'ADA où on soulignait son sens aigu des affaires, son sens de l'innovation et ses standards de qualité supérieure.

M. Fordham est surtout reconnu pour son implication dans de nombreuses organisations de Soulanges et sa contribution dans de multiples causes caritatives.

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

Écrivez-nous à : [communication@adaq.qc.ca](mailto:communication@adaq.qc.ca)

**HED** | Courtier en  
Assurance

ENFIN UN COURTIER  
D'ASSURANCE QUI  
**MAGASINE POUR  
VOUS!**

---

Notre éventail  
d'assureurs nous  
permet de vous  
trouver le meilleur  
rapport qualité/prix



**SCANNEZ MOI**



# Unissons-nous

## Une ADA représentative



**Jessy Vézina**  
vice-président Développement  
et mobilisation de l'ADA

Du plus loin que je me souvienne, j'ai toujours apprécié notre industrie. Plus jeune, voir mes clients prendre le soin de sélectionner leurs fruits et de les voir heureux de les mettre dans leur panier, m'envoyait le signal que je réalisais du bon travail. Plus tard, on m'a expliqué les caractéristiques d'une mise en marché efficace qui faisait qu'un client sélectionnait certaines de leur provision par impulsivité. Ceci marquait l'efficacité de mon travail. Des années après, j'ai compris la nécessité de notre rôle au sein de notre société en tant que détaillant pour approvisionner nos communautés. Un geste qui est devenu bien plus qu'une transaction. Cette réalité a donné un sens noble, pour ne pas dire essentiel, à la profession que je pratiquais. Aujourd'hui, je suis donc rempli de gratitude de pouvoir contribuer à valoriser notre métier dans mon nouveau rôle au sein de l'ADA.

Le rôle de l'Association des détaillants en alimentation du Québec a toujours été de desservir notre communauté de détaillants-proprétaires et de favoriser son développement dans l'industrie alimentaire au Québec. SIAL Canada et le CSMOCA sont d'ailleurs des partenaires essentiels de l'ADA dans l'accomplissement de sa mission première.

Bien humblement, mon mandat ira dans ce sens. Nous avons l'ambition de donner une voix à tous les détaillants et de faire en sorte que l'association soit pleinement représentative dans cet univers. Dans un esprit de collaboration, nous souhaitons assurer la durabilité de vos entreprises par l'excellence des services que nous développerons et continuerons à développer. Il sera nécessaire de nous diversifier, de nous adapter et de décupler nos efforts. Vos défis se multiplient et se complexifient. Que ce soit le développement des compétences, le financement, l'organisation du travail, le transfert d'entreprise, la prévention, la mise en marché, le développement durable, l'approvisionnement et les enjeux politiques, votre association doit s'adapter pour vous soutenir. Nous devons toutefois prioriser nos actions.

Dans les prochains mois, nous irons à votre rencontre afin de bien comprendre vos enjeux actuels. Nous avons un besoin d'être connectés à vous, d'être présents sur le terrain et de voir comment vos réalités commerciales évolueront dans le contexte actuel et futur. Cet ancrage est bien entendu régional, mais aussi sectoriel. C'est le cas pour le supermarché, mais c'est aussi vrai pour la fruiterie du coin, peu importe la région... Il y a plusieurs manières d'être épicier de nos jours et nous devons plus que jamais valoriser votre identité.

Les initiatives mises de l'avant jusqu'ici sont très concrètes et annonciatrices de succès. Le travail réalisé avec le programme ATE+ afin de raviver le métier de boucher est maintenant un incontournable. Nous avons su générer l'intérêt et la passion auprès de la relève. La partie n'est pas gagnée, mais nous devons étendre ce programme et cette pratique. Nous n'avons qu'à penser au métier de boulanger ou de poissonnier. Le programme ATE+ est bien plus qu'une formation, c'est une approche probante et l'ADA est fier d'y contribuer.

De manière tout aussi concrète, la première édition du Sommet de la prévention est un autre exemple de soutien à nos détaillants-proprétaires. Pour la première fois, nous allons lever le voile sur cet enjeu. Proposer des solutions concrètes à notre industrie. Nous souhaitons faire de cet événement une référence en la matière et une plateforme d'échange d'innovation et d'information afin de développer les meilleures pratiques préventives pour contrer ce fléau. Un autre exemple qui démontre que mettre en commun nos réalités peut servir notre industrie.

Finalement, je dirais qu'il y a urgence d'agir! La protection de notre fait distinctif est assurément à l'actualité de l'ADA. Nous avons l'obligation d'être pleinement représentatifs afin de continuer de bien desservir nos membres et notre industrie. Nous avons besoin de vous parler afin de connaître vos enjeux et vos besoins. Nous sommes à travailler sur les prochaines initiatives qui seront porteuses, mais le comité des membres veut aller à votre rencontre. De ces discussions découleront des solutions adaptées. Elles peuvent être aussi variées que des groupes d'achats, des regroupements pour des services divers à vos employés, des formations, le recrutement international, le codéveloppement, de l'information. Ceci nous aidera à rationaliser nos efforts afin de créer des maillages avec vos réalités. Tous ensemble, on peut valoriser notre industrie. Au plaisir de vous rencontrer!

# QUI PEUT DEVENIR MEMBRE?

Peut devenir membre toute personne, société ou corporation dont l'activité principale est consacrée à la vente au détail d'aliments. Du commerce de proximité au supermarché, notre priorité est de répondre à vos préoccupations!

Pour plus d'information sur l'adhésion comme membre de l'ADA, vous pouvez écrire à l'adresse courriel suivante : [communication@adaq.qc.ca](mailto:communication@adaq.qc.ca)

## UN ENJEU VOUS AFFECTE?

Que ce soit au niveau municipal, provincial ou fédéral, communiquez avec nous pour que nous puissions prendre connaissance du dossier et vous aider.

## AVANTAGES

L'ADA a une entente avec le CSMOCA pour que ses membres aient accès gratuitement à toutes les formations en ligne. On retrouve plus de 11 formations en ligne disponibles (Nous cartons, Microbrasseries, Commis 101, Limitez vos pertes, etc.) Pour vous inscrire, rien de plus simple! Contactez [communication@adaq.qc.ca](mailto:communication@adaq.qc.ca). Il nous fera plaisir de vous donner un code promotionnel. Vous pourrez alors créer un profil complet sur le site internet du CSMOCA et faire bénéficier vos employés des formations à votre disposition.



L'ADA travaille à mettre en valeur ses membres dans le cadre de ses communications et ses divers projets. Conformément à notre mission, l'association s'engage à informer ses membres sur des nombreux sujets de l'industrie en plus de valoriser les professions du détail alimentaires.



### VOICI QUELQUES OUTILS QUE NOUS PROPOSONS :

|                             |                         |
|-----------------------------|-------------------------|
| Portraits de détaillants    | Infolettres             |
| Revue de presse quotidienne | Réseaux sociaux         |
| Magazine RADAR              | Temple de la renommée   |
| Conférences                 | Initiatives en magasins |
| Webinaires                  | Et autres               |

## À METTRE DANS VOTRE CALENDRIER

**SOMMETS DE LA PRÉVENTION**  
20 février

**CONCOURS DE BOUCHERIE**  
26 mars

**COCKTAIL SMF**  
Avril

**SIAL MONTRÉAL**  
15, 16 et 17 mai

## ESPACE BALADO DE L'ADA

Notre association vous présente différents types d'émission qui met de l'avant le secteur du détail alimentaire et ses partenaires.

### Voici les émissions présentées :

Des émissions spéciales avec des experts de différents milieux vous seront également proposées.

Merci à notre partenaire de diffusion



## ON VOIT À VOS INTÉRÊTS

Notre association s'engage à représenter l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec devant les différentes instances gouvernementales. Nous travaillons à faire valoir la position des professionnels des commerces d'alimentation sur divers enjeux importants.

|   |                               |  |
|---|-------------------------------|--|
| <b>MODERNISATION DU SYSTÈME DE CONSIGNE</b> |                               |  |
| <b>CONSIGNE ÉLARGIE</b>                     | <b>PROJETS PILOTES</b>        | <b>DES SITES DÉDIÉS À LA RÉCUPÉRATION</b>      |
|   |                               | <b>MAIN-D'ŒUVRE</b>                            |
| <b>PÉNURIE D'EMPLOYÉS</b>                   | <b>SALAIRE MINIMUM</b>        | <b>NORMES DU TRAVAIL</b>                       |
| <b>FRAIS TRANSACTIONNELS</b>                | <b>RÉGLEMENTATION</b>         | <b>COMMERCIALISATION DES ALCOLS</b>            |
| <b>INSPECTION ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS</b> | <b>GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b> | <b>FISCALITÉ ET ALLÈGÈREMENT RÉGLEMENTAIRE</b> |

## TARIFS

| Membres fournisseurs   | Membres détaillants                                     |
|--|---|
| <b>COTISATION ANNUELLES</b><br>(selon le chiffre d'affaires) | <b>COTISATION ANNUELLE</b>                              |
| 0 à 5 M\$ - 600\$ + tx                                       | Dépanneur - 124\$ + tx                                  |
| 5 M\$ et plus - 800\$ + tx                                   | Magasin spécialisé - 124\$ + tx                         |
|  | Épicerie (5 000 à 10 000 pi <sup>2</sup> ) - 371\$ + tx |
|  | Épicerie (plus de 10 000 pi <sup>2</sup> ) - 639\$ + tx |

Pour plus d'informations ou pour s'inscrire : scannez les codes QR



FORMULAIRE DEVENIR MEMBRE FOURNISSEUR



FORMULAIRE DEVENIR MEMBRE DÉTAILLANT

**60<sup>e</sup>**  
TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

**TOURNOI DE GOLF DE L'ADA**  
Elm Ridge Country Club / 27 mai

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

**CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER**  
5 au 25 août

**68<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA**  
Château Frontenac / 15 au 17 novembre



**BANQUE  
NATIONALE**



**À la recherche de bons  
ingrédients pour le succès  
de votre entreprise ?**

Prenez contact avec l'un de nos experts :  
[franchises@bnc.ca](mailto:franchises@bnc.ca)

*première édition!*



# sommet de la prévention

## Vol à l'étalage

Les fraudes et le vol à l'étalage représentent un fléau qui ébranle l'industrie du commerce de détail alimentaire. Bien que difficile à quantifier, son impact se ressent non seulement chez les commerçants, mais également dans l'ensemble de la société.

Cette forme de fraude, aux visages multiples, s'immisce dans nos commerces, affectant la rentabilité des entreprises et créant des répercussions plus larges. Ces dernières années, les actes de vol à l'étalage ont pris une tournure de plus en plus violente, les voleurs raffinant leurs techniques et devenant de plus en plus organisés. Cette réalité exige des interventions structurées et réfléchies.

Il est crucial de segmenter ces différentes formes de fraude pour mieux les comprendre et les prévenir efficacement. Cependant, cela soulève des questions importantes sur les droits des commerçants lors des interventions et sur les mécanismes de prévention à mettre en place.

Dans cette perspective, l'Association des détaillants en alimentation du Québec invite tous les acteurs de l'industrie à participer à une discussion essentielle sur ces enjeux. Notre événement, prévu pour le 20 février prochain, sera l'occasion de dresser un tableau complet, d'explorer nos droits en tant que commerçants, et de définir des pratiques exemplaires dans la prévention du vol à l'étalage.

Nous espérons vivement votre participation pour construire ensemble un discours universel et ouvert sur les bonnes pratiques face à ce défi persistant.



## Conférenciers·ères

Seront présents lors de cette première édition :



**D<sup>re</sup> Maria Mourani »**

*Criminologue et sociologue, présidente de Mourani-Criminologie*

Diplômée en criminologie clinique de l'Université de Montréal, D<sup>re</sup> Maria Mourani est également titulaire d'un doctorat en sociologie de l'Université d'Ottawa. Reconnue pour son expertise sur les gangs de rue, le crime organisé, le trafic humain et la prostitution juvénile, elle a travaillé auprès d'organisations liées à la sécurité publique et piloté plusieurs dossiers de sécurité nationale au Parlement du Canada.



**Marc Lapointe »**

*M.Sc.A., B.Sc. Directeur principal Sécurité et résilience à METRO*

Il dirige depuis six ans l'équipe de plus de 30 professionnels responsables de la gouvernance et la gestion des programmes de continuité des affaires, gestion des incidents, prévention des pertes et de la fraude, et protections des actifs.

Avant de se joindre à METRO, Marc a occupé différents postes de gestion en sécurité, gestion des urgences, continuité des affaires, santé et sécurité, environnement, etc. chez Bell, à Desjardins ainsi qu'à l'Université de Montréal.



**Marc-André Plaisance »**

*Directeur de la prévention des pertes chez GardaWorld*

Marc-André Plaisance est directeur de la prévention des pertes chez GardaWorld depuis mars 2020. Il œuvre dans le domaine de la sécurité depuis plus de 10 ans et détient une forte expérience dans le domaine de la prévention des vols et de la fraude.

Son passage dans le monde des systèmes de sécurité lui a permis d'acquérir des outils importants lui permettant d'avoir une compréhension complète du secteur de la prévention des pertes en coordonnant notamment des installations de systèmes de sécurité et de caméras cachées lors de dossier d'enquêtes pour vol.



**Laurence Zert »**

*Directrice générale Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation*

Spécialisée en ressources humaines et marketing, Laurence travaille depuis plus de 35 ans à la direction de PME québécoises. Sous sa direction depuis 2005, le CSMOCA soutient les employeurs du commerce de l'alimentation en matière de gestion et de développement de leurs ressources humaines.



↑↑  
Pour consulter l'horaire  
détaillé, visitez la page  
de l'événement.

Au plaisir de vous voir  
en grand nombre!

## Sommet de la prévention » Vol à l'étalage

20 février 2024 » de 9 h 30 à 16 h 30 » Suivi d'un cocktail  
Holiday Inn » 2900, boul. Le Carrefour, Laval  
Coût » Membre 100\$ » Non-membre 150\$

présenté par



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec

### Formulaire d'inscription »

#### Renseignements généraux de facturation

Entreprise

Adresse complète

Courriel

#### Section participants

Nom complet

Courriel

Allergie(s)

Nom complet

Courriel

Allergie(s)

Nom complet

Courriel

Allergie(s)

Nom complet

Courriel

Allergie(s)

#### Nombre total de participants

Membres:  x 100\$ =  \$ Non-membres:  x 150\$ =  \$ Total:  \$

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à [sarchambault@adaq.qc.ca](mailto:sarchambault@adaq.qc.ca). Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 15 février 2024. Aucun remboursement après cette date.

# 67<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA



MERCI À NOS  
PARTENAIRES



Loto  
Québec



# RETOUR SUR LE 67<sup>e</sup> CONGRÈS DE L'ADA

Le 67<sup>e</sup> congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec a fourni l'occasion aux membres et partenaires du secteur de se rassembler pour évaluer l'année écoulée. Au cours de cet événement qui s'est tenu du 3 au 5 novembre au Fairmont Manoir Richelieu dans Charlevoix, plus de 300 participants ont pris part aux discussions sur les problématiques actuelles de l'industrie agroalimentaire et ont échangé leurs points de vue avec leurs homologues. L'ADA a élaboré un programme diversifié et enrichissant, mettant en vedette des conférenciers et des panélistes, tout en maintenant une atmosphère festive et conviviale.

Il est important de souligner le succès des deux soirées très attendues du congrès : la cérémonie de remise des prix du concours Les Aliments du Québec dans mon panier et la soirée du Temple de la renommée. Revenons sur les moments forts du 67<sup>e</sup> congrès de l'ADA.



## Conférence d'Hélène Douville sur le courage managérial

Le CSMOCA a eu le plaisir de collaborer de nouveau avec Hélène Douville, une conférencière exceptionnelle, pour commencer le congrès. Après le succès de la conférence de 2022 sur l'attraction et la fidélisation des employés, les participants étaient très enthousiastes à l'idée d'explorer un élément clé du succès : le courage managérial. La maxime selon laquelle les employés rejoignent une entreprise, mais quittent un patron est bien connue. La conférence s'est concentrée sur la définition du courage et sur la manière de reconnaître un éventuel manque de courage chez les gestionnaires. Des signes révélateurs ont été présentés afin d'aider à placer le courage au cœur des décisions organisationnelles. Ce concept a été repris maintes fois durant le congrès, comme quoi les congressistes ont été au rendez-vous lors de cette conférence.



## Conférence de Nicolas Duvernois

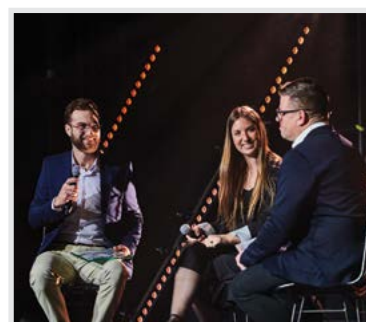
La conférence de Nicolas Duvernois, intitulée *Entreprendre à l'état PUR* : De concierge de nuit à inventeur de la meilleure vodka au monde!, a raconté son parcours extraordinaire d'entrepreneur. Après une première expérience désastreuse en affaires, il a fondé PUR Vodka sans aucune connaissance préalable dans le domaine. Monsieur Duvernois a raconté une histoire inspirante, combinant humour et émotions, qui montre comment il est passé d'un travail de concierge de nuit à la création d'une vodka québécoise. Les défis et les obstacles qu'il a dû surmonter ont permis de donner de la motivation aux congressistes.



## Concours Les Aliments du Québec dans mon panier

Le cocktail d'ouverture a offert l'occasion aux participants et à leurs invités d'échanger avec leurs pairs et partenaires. Ensuite, ils ont été invités à rejoindre la salle de réception où se tenait l'événement inaugural, marqué par le dévoilement des lauréats du concours Les Aliments du Québec dans mon panier. Les convives ont été encore particulièrement heureux de découvrir l'identité des gagnants au cours de la soirée du vendredi.

Les vidéos récapitulatives des projets ainsi que l'animation toujours à la hauteur de Danny St-Pierre a su donner une ambiance festive et grandiose à la soirée. Les entrevues réalisées entre chaque catégorie ont permis au public de découvrir encore plus les projets des finalistes.



## Conférence Démystifier le cidre

La conférence Démystifier le cidre du Québec a offert un aperçu captivant de l'effervescence actuelle de l'industrie cidricole. En explorant les raisons de son dynamisme et de son innovation, les participants ont pu découvrir les diverses catégories de cidre ainsi que les tendances de consommation en émergence. Les occasions de marché ont été dévoilées, mettant en lumière les pistes à suivre pour les acteurs intéressés. La conférence a présenté également des activités et des possibilités de collaboration visant à accroître la notoriété du cidre du Québec. Enfin, les moyens pour conquérir de nouveaux consommateurs de cidre ont été dévoilés, le tout agrémenté d'une expérience sensorielle grâce à la dégustation de produits emblématiques.



## Brunch

Pour entamer la journée de manière positive, les participants ont profité d'un brunch délicieux le samedi et le dimanche. Il est toujours apprécié de se réunir avec des collègues, la famille et des amis autour d'un repas agréable. Cependant, il n'y a pas beaucoup de temps à perdre, car la journée s'annonce intense pour nos participants au congrès.



## Panel — Relève d'entreprise

Le panel portant sur la relève d'entreprise a mis de l'avant l'importance du transfert d'entreprise. En effet, 43 % des entreprises familiales ne possèdent pas plan de succession. Le taux de réussite des transferts d'entreprise au Québec est de seulement 33 %. Et 63 % des propriétaires actuels veulent vendre dans les 100 prochaines années. Constat : il y a urgence. Cependant, il y a une méconnaissance du processus de transfert en plus des nombreux défis contractuels qui le freinent. Les panélistes ont souligné l'importance de la planification, de la communication, de la gouvernance, du financement, de la valorisation de l'entreprise, de la gestion émotionnelle et du rôle des facilitateurs. L'agilité dans la planification a été mise en avant, car le transfert d'entreprise est un processus complexe qui nécessite une adaptation constante aux réalités changeantes.



## Les enjeux politiques

Président-directeur général de l'ADA, Pierre-Alexandre Blouin et le directeur des Affaires publiques de l'ADA, Samuel Bouchard Villeneuve, ont fait un retour sur les grands enjeux politiques qui ont marqué l'industrie et qui nous ont préoccupés durant la dernière année. Les frais de carte de crédit, le vol à l'étalage, le plastique à usage unique, la hausse des prix des aliments et la consigne élargie sont des sujets sur lesquels l'ADA s'est régulièrement prononcée.



## Programme ATE+ boucherie

Daniel Choquette, directeur en développement des affaires, a animé une conférence sur l'heure du dîner pour présenter le bilan du programme ATE+ boucherie, qu'il a mis en place il y a trois ans dans plusieurs écoles du Québec. Ce programme vise à répondre à la demande croissante de main-d'œuvre dans le secteur de la boucherie. Au cours de la présentation, il a partagé les succès et les résultats obtenus grâce à cette initiative, soulignant son impact positif sur la formation et l'emploi dans le domaine de la boucherie. Il a également pris un moment pour revenir sur le concours de boucherie d'avril 2023 et annoncer la date pour celui de 2024.





# TEMPLE DE LA RENOMMÉE 2023

C'est le moment des festivités lors de la soirée du samedi. Mélanie Maynard, qui anime cette soirée du Temple de la renommée pour la 13<sup>e</sup> année consécutive, a remporté une fois de plus un grand succès. Cette année, huit personnalités éminentes de notre industrie ont été honorées. Nous tenons à les féliciter et à exprimer notre gratitude pour leur travail remarquable et leur dévouement continu tout au long de leur carrière, car ils continuent d'inspirer leurs pairs.



Gauche à droite

**Michel Dépatie** (Président de l'ADAQ) **Mario Laplante** (Président de SMF) **Famille Gravel** (Florent, Denis et leur père / Metro Gravel St-Laurent) **Michel Ricard** (Provigo Michel Ricard) **M. Normand Duchemin** (posthume / Marché Duchemin et Frères inc.) **Carol Veilleux et Diane Fiset** (Alimentation Causap) **Réjean Lalumière** (Arneg) **Pierre-Alexandre** (PDG de l'ADA)

## C'est ce qui conclut le 67<sup>e</sup> congrès de l'ADA.

Merci à tous pour votre participation en si grand nombre!

Pour voir l'intégralité des photos prises lors de l'événement et consulter les vidéos des membres intronisés, rendez-vous sur notre site Internet :

Nous vous disons à l'année prochaine au Château Frontenac les 15, 16 et 17 novembre 2024.



**Réjean Lalumière**  
Arneg



**Famille Gravel (Florent, Denis et leur père)**  
Metro Gravel St-Laurent



**Michel Ricard**  
Provigo Michel Ricard



**M. Normand Duchemin (posthume)**  
Marché Duchemin et Frères inc.



**Carol Veilleux et Diane Fiset**  
Alimentation Causap



# Le sens des valeurs.

## Fier partenaire de l'Association des détaillants en alimentation du Québec

L'équipe multidisciplinaire de Therrien Couture Joli-Cœur (TCJ) vous conseille dans toutes les sphères juridiques de votre organisation en respect de votre industrie et de votre réalité. Avec audace, nous réinventons le droit en innovant dans notre façon de pratiquer et dans notre offre de services professionnels.

Afin de bien débuter notre partenariat, nous vous avons préparé des capsules vidéo pour vous orienter quant à vos enjeux en matière de tabac.



## Consultation gratuite

C'est avec enthousiasme que nous avons conclu une entente avec l'ADA au bénéfice de ses membres. Par cette entente, vous pourrez bénéficier d'une première consultation juridique sans frais. Offert seulement aux nouveaux clients de TCJ. Certaines conditions s'appliquent.

Pour plus d'information, contactez Guillaume Renault, avocat : [guillaume.renault@groupecj.ca](mailto:guillaume.renault@groupecj.ca)

**Avocats • Notaires • Fiscalistes • Agents de marques de commerce •  
Comptables professionnels agréés • Spécialistes en ressources humaines**

**[groupecj.ca](http://groupecj.ca)**

855 633.6326 (sans frais)  
[communications@groupecj.ca](mailto:communications@groupecj.ca)

Nos bureaux sont situés à Brossard, Laval, Montréal, Québec, Saint-Hyacinthe et Sherbrooke.

# LE PLUS GRAND SALON DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE EN AMÉRIQUE DU NORD EST DE RETOUR À MONTRÉAL !

15 AU 17 MAI 2024, PALAIS DES CONGRÈS

## LES NOUVEAUTÉS 2024



En 2024, le réseau SIAL célèbre avec fierté ses 60 ans d'existence, marquant une étape significative dans son parcours exceptionnel. Nous envisageons cette année spéciale comme une opportunité de célébrer notre héritage tout en lançant un regard vers l'avenir avec énergie et innovation. Restez à l'écoute pour des moments mémorables et des initiatives spéciales alors que nous célébrons ensemble cette remarquable étape dans l'histoire du réseau SIAL.



Dans cette dynamique d'adaptation et d'écoute du marché, nous repositionnons notre section fromage sous l'appellation SIAL Laitier, une initiative qui souligne notre engagement à promouvoir l'excellence à travers toutes les facettes de ce secteur. Pour célébrer ce lancement, nous introduisons un nouveau concours SIAL distinguant le Meilleur Marchand Fromager Canadien, présidé par le réputé maître fromager Yannick Achim. Ce concours biennal deviendra un point d'orgue de nos éditions Montréalaises, alternant avec le Concours International de Fromages qui continuera d'illuminer nos années impaires à Toronto.



POUR LA PREMIÈRE FOIS  
SUR 2 ÉTAGES !



SIAL Innovation offre une vitrine exceptionnelle des tendances et des innovations mondiales dans l'univers de l'alimentation et des boissons. Ce concours international unique récompense les meilleures innovations dans le domaine des produits alimentaires lancés sur le marché après le 14 mai 2023. Nouveauté cette année ? L'inscription au prestigieux concours international SIAL Innovation est désormais offerte gratuitement aux exposants du SIAL Canada 2024.



Le programme de conférence du SIAL Canada 2024 évolue ! Votre accès sera désormais gratuit avec l'achat d'un billet pour visiter le salon. Les conférences se transformeront en forums thématiques d'1h45 avec des keynotes inspirants et des panels d'experts, explorant en profondeur des sujets clés de notre industrie, tels que l'emballage, la technologie, la restauration, le commerce de détail, ou la logistique.



L'AUTHENTIQUE  
**SIAL CANADA**  
PALAIS DES CONGRÈS, MONTRÉAL

**15 au 17 mai 2024**

[sialcanada.com](http://sialcanada.com) 

LE FAMEUX  
**SIAL PARIS**  
NORD VILLEPINTE

**19 au 13 octobre 2024**

[sialparis.com](http://sialparis.com) 

**VOUS SOUHAITEZ  
Y EXPOSER ?**



**VOUS SOUHAITEZ  
LES VISITER ?**



# GAGNANTS 2023

Entre le 7 et le 27 août derniers, les Québécois et Québécoises ont pu constater dans de nombreux commerces de la province, l'émergence de partenariats créatifs, novateurs et ambitieux entre détaillants et fournisseurs autour de produits vérifiés par Aliments du Québec en l'honneur de la 8<sup>e</sup> édition du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*. Ces collaborations ont eu pour effet non seulement de stimuler les ventes de ces articles, mais également de souligner l'importance de choisir des produits locaux afin de soutenir les entreprises d'ici.

Cette année, les duos ont su particulièrement élever la barre en offrant des mises en marché diversifiées, accrocheuses et dynamiques. Plusieurs ont également vu l'occasion de mettre en relation les producteurs locaux avec la clientèle des détaillants. Des échanges sur l'histoire du produit ou la fabrication de ce dernier ont pu être observés.

Un panel de juges a identifié les trois projets qui se sont distingués le plus dans les catégories suivantes: commerce de proximité, grande surface et produit régional. Les lauréats ont été dévoilés lors du 67<sup>e</sup> congrès de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA). Le public a aussi eu l'occasion de voter pour son projet favori, dont le résultat a été révélé sur les plateformes sociales de l'ADA.



CONCOURS

LES ALIMENTS  
DU QUÉBEC  
*dans mon panier!*



## Commerce de proximité

### 1<sup>re</sup> position **Bocaux & Co avec Allo Simonne**

En collaboration avec Allo Simonne, Bocaux & Co a fait la promotion de la tartinade au chocolat et aux noisettes jaguar ainsi que d'autres produits du fournisseur pendant un mois. Pendant trois semaines consécutives, le magasin a transformé son espace en un véritable univers dédié au produit, offrant ainsi une expérience immersive aux visiteurs. En plus du kiosque de dégustation mettant en avant le thème du jaguar, plusieurs initiatives ont été lancées, comme la création d'un cadre de cabine photographique automatique, la mise en place des mots-clés/slogans « J'aime le jaguar d'ici » et « J'aime le jaguar en vrac » sur les réseaux sociaux pour susciter un engouement massif autour du concours. De plus, Bocaux & Co a encouragé la participation de ses employés et de ses clients en les invitant à voter directement en magasin pour influencer le choix du public.

### 2<sup>e</sup> position **Coopérative Alina avec Mine de Ketchup**

La Coopérative Alina a marqué les esprits lors du concours en s'associant avec l'entreprise locale Mine de Ketchup. À travers des dégustations, un kiosque estival coloré et un concours interne, l'événement a suscité un enthousiasme exceptionnel auprès de la clientèle. Les réseaux sociaux ont joué un rôle clé, offrant une visibilité maximale à leur collaboration. Bien que les ventes aient explosé de manière inattendue, la coopérative insiste sur l'importance de soutenir les producteurs locaux.

### 3<sup>e</sup> position **Marché Tradition Famille Jasmin avec Microbrasserie Shawbridge**

Le Marché Tradition Famille Jasmin a lancé des initiatives innovantes pour promouvoir les produits de la Microbrasserie Shawbridge et plus particulièrement la pizza bon vivant. Avec un congélateur horizontal exclusif, des dégustations dans une bulle de service et une décoration de ballons aux couleurs des Aliments du Québec, tout était planifié pour encourager ce partenariat. Les clients étaient invités à voter pour le projet, et des tirages au sort de paniers cadeaux mettaient en lumière l'origine des produits bon vivant.



1





## Grande surface

### 1<sup>re</sup> position **Marché Port Royal avec la Fromagerie l'Ancêtre**

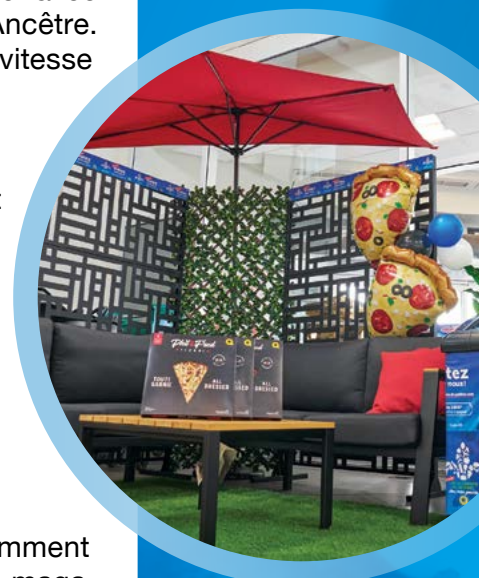
Le Marché Port Royal a profité de son partenariat avec la Fromagerie l'Ancêtre pour planifier différents événements qui ont tous connu un excellent succès. Durant tout le concours, une machine à faire fondre la meule de fromage à raclette biologique était à la vue des clients qui pouvaient en faire la dégustation lors des journées sélectionnées. Des événements de style barbecue, vins et fromages ainsi que poutine ont été organisés afin de promouvoir les achats locaux et leur importance. Ces dégustations thématiques ont permis non seulement de faire découvrir des produits de la région, mais également de mettre en valeur des commerçants et de les faire échanger avec la clientèle du Marché Port Royal. L'originalité était au rendez-vous à travers les dégustations et les nombreux produits mis en valeur pour les clients qui ont été ravis de discuter avec les dirigeants, les responsables et même les employés de l'organisation de l'Ancêtre. Cela a grandement profité au duo gagnant qui a vu les ventes augmenter à une vitesse fulgurante pendant la durée du concours.

### 2<sup>e</sup> position **Pasquier avec Phil & Fred Pizzeria**

Pasquier et Phil & Fred Pizzeria ont dynamisé Saint-Jean-sur-Richelieu durant tout le mois d'août avec des idées de concept rafraîchissantes et innovantes. La terrasse style barbecue a créé une ambiance festive dès l'entrée en magasin avec dégustations, concours en épicerie et promotions. L'événement phare, « On jase sur la terrasse », a accueilli des personnalités locales, et des publicités ont été diffusées sur les médias sociaux pour inciter au vote quotidien jusqu'à la fin du concours. Une collaboration réussie célébrant les produits locaux et renforçant le lien communautaire.

### 3<sup>e</sup> position **Marché Famille Mondor avec Le Grec**

En collaboration avec les vinaigrettes Le Grec, le Marché Famille Mondor a récemment enchanté ses clients. Un kiosque « Food marketing » a été installé à l'entrée du magasin, des dégustations, un menu du jour mettant en vedette le produit, une promotion ainsi qu'un tirage d'un BBQ ont fait partie des actions entreprises par le duo pour faire briller la vinaigrette originale Le Grec. Certains clients ont même visité le restaurant Le Grec de Trois-Rivières, où une mascotte de mouton a apporté une note ludique.



Envie d'en voir plus ?  
Visionnez les vidéos  
des projets ▶



# Produit régional

## 1<sup>re</sup> position Coopérative Alina avec Mine de Ketchup

La Coopérative Alina a fait preuve d'imagination dans son concept afin de mettre en valeur la salsa moyenne de Mine de Ketchup. Un décor d'été, coloré et vivant, afin d'attirer l'œil des consommateurs vers leur présentoir, a été mis en place juste à l'entrée du magasin. La coopérative s'est également servie de cette collaboration pour présenter l'histoire derrière la « Mine de Ketchup » : la situation géographique de Padoue grâce à la carte du Bas-Saint-Laurent, les différents objets relatifs à une mine (pioche et lampe antique) ainsi que la région rurale où se trouve le village de Padoue (botte de foin). Durant le concours, les clients n'étaient pas en reste puisqu'un tirage d'un panier cadeau offert par Mine de Ketchup a été organisé. Sur les réseaux sociaux, leur compte a été actif en publiant régulièrement leur mise en marché pour inciter les gens à voter pour eux.

## 2<sup>e</sup> position Marché Port Royal avec Fromagerie l'Ancêtre

Le Marché Port Royal a brillé en collaboration avec la Fromagerie l'Ancêtre grâce à l'élaboration d'une série d'événements de style dégustation ayant pour thème un barbecue, un vins et fromages et la fameuse poutine. La proximité avec l'équipe de la Fromagerie l'Ancêtre a été un point fort, renforçant les liens entre les clients et les producteurs locaux. Cette collaboration a non seulement élargi la palette gustative des clients, mais a également augmenté les ventes en seulement trois semaines.

## 3<sup>e</sup> position Metro Plus Fournier avec Le Temps d'une Pinte

Metro Plus Fournier en collaboration avec Le Temps d'une Pinte a promu la bière Long Nose avec l'objectif de maximiser la visibilité, de susciter l'enthousiasme autour du concours et d'encourager un large soutien de la part de leur communauté. Des séances hebdomadaires de dégustation, un tirage, un habillage spécial du magasin, une forte présence sur les réseaux sociaux et des employés arborant des chandails aux couleurs du Temps d'une Pinte ont généré un enthousiasme chez la clientèle qui s'est maintenu durant toute la période du concours.



# Vote du public

## 1<sup>re</sup> position Pasquier avec Phil & Fred Pizzeria

Le prix dans la catégorie Vote du public a été remis à Pasquier ainsi qu'à Phil & Fred Pizzeria pour leur projet qui a récolté près de 3600 votes. En partenariat avec la pizzeria, Pasquier a choisi de mettre en avant la pizza toute garnie en plus d'autres variétés de pizzas du fournisseur. Deux mises en marché ont été installées à différents endroits chez Pasquier. Une terrasse invitante à l'entrée du magasin ainsi qu'un arrangement spécial avec un four à pizza dans la section des surgelés rappelaient les produits Phil & Fred. Diverses initiatives ont été proposées tout au long du concours : dégustations, concours en magasin, publications sur les réseaux sociaux, affichage sur les écrans et même sur les poignées de paniers d'épicerie. Le duo a aussi eu la brillante idée de créer un événement « On jase sur la terrasse ». Des personnalités sont venues partager une délicieuse pointe de pizza toute garnie et ont fait une entrevue conviviale avec l'un des cofondateurs de Phil & Fred Pizzeria, Simon Verville.



# CAP 2023

EN 2023, DES DÉTAILLANTS ONT CÉLÉBRÉ UN ANNIVERSAIRE IMPORTANT ET IL ÉTAIT PRIMORDIAL POUR NOUS DE LES FÉLICITER À NOTRE FAÇON POUR TOUS LEURS ACCOMPLISSEMENTS ET LE CHEMIN PARCOURU.



## IGA CONVIVIO 85 ANS

Convivio est fière de s'impliquer dans sa communauté depuis 1938. Elle tient à souligner la fidélité et l'engagement des 23500 membres, des 600 employés et des administrateurs de leur conseil d'administration. IGA Convivio laisse une marque importante dans sa communauté en faisant des dons et en récupérant des aliments pour les distribuer dans les frigos communautaires.

À cette occasion, Convivio a créé le personnage de Loretta, en référence à Loretteville où se trouve l'un de nos plus anciens magasins, qui incarne notre belle coop. Elle porte des gants blancs en référence aux 25 gantiers qui ont créé la Coop en 1938. Une abeille, le premier nom de la coop, s'est posée sur son panier de fruits référence à notre « une coop qui porte fruit ». Des macarons « 85 ans au cœur de sa communauté » aux couleurs de la coopérative ont été distribués à nos employés, nos membres et aux organismes soutenus par notre programme de dons Convivio (qui reverse 150 000\$ chaque année à une centaine d'organismes du secteur).



## FAMILLE MARCHAND- GAREAU-GUILBAULT CINQ GÉNÉRATIONS D'ÉPICIER PRÉSENTS À RAWDON DEPUIS 100 ANS

Le conseil municipal de Rawdon a célébré 100 ans de dynamisme économique en rendant hommage à cinq générations d'épiciers lors d'une séance le 10 octobre dernier. La famille Marchand-Gareau-Guilbault a joué un rôle central dans l'histoire de Rawdon, gérant un magasin général depuis 1922. Le commerce a évolué au fil des générations, passant de Marchand à Gareau, puis à Guilbault, tout en rejoignant diverses bannières telles que Marché Idéal et Metro. Aujourd'hui, il opère sous la bannière IGA et emploie environ une centaine d'employés. L'histoire de la famille démontre comment les femmes ont joué un rôle essentiel dans le maintien de l'entreprise au fil des années.

# FÉLICITATIONS!



## Le métier de boucher en danger : un sujet qui inquiète les détaillants en alimentation du Québec



Les temps changent, et avec eux, le métier de boucher qui semble disparaître peu à peu. Un enseignant chevronné, qui exerce son métier depuis plus de 20 ans à l'École hôtelière de l'Outaouais, partage sa préoccupation croissante : le nombre d'étudiants qui choisissent de devenir bouchers diminue de manière inquiétante au Canada.

Au début de sa carrière, il se souvient d'avoir une classe bien remplie avec 15 à 18 élèves passionnés par la boucherie. Aujourd'hui, il peine à en recruter huit. La question qui préoccupe cet enseignant, ainsi que de nombreux détaillants en alimentation du Québec, est simple : pourquoi le métier de boucher, qui était autrefois très recherché, ne l'est-il plus autant?

Il est indéniable que le paysage professionnel canadien est en train de changer. De nombreuses professions traditionnelles disparaissent, rem-

placées par de nouvelles carrières, souvent plus axées sur la technologie et la langue anglaise. Les transformations économiques mondiales et les évolutions sociétales signifient la fin de certaines activités. Le métier de boucher n'échappe pas à ce constat.

Dans un contexte où les grandes entreprises alimentaires dominent la production de viandes en série dans des usines lointaines, les bouchers locaux sont de moins en moins nombreux. Cela entraîne une plus grande dépendance envers des sources étrangères, et près de la moitié des produits carnés disponibles dans nos supermarchés proviennent désormais de l'étranger.

Le boucher, spécialiste de la viande, détient un savoir-faire essentiel dans la préparation, la présentation et la vente de produits carnés. Qu'il travaille dans un supermarché ou en tant qu'indépendant, il doit maîtriser les techniques de découpe tout en étant à l'aise dans le contact avec les clients.

Le processus de découpe traditionnel, utilisant des outils à main et des machines spécifiques, évolue. Les bouchers d'aujourd'hui se voient également confier la préparation de plats élaborés et de spécialités bouchères, ajoutant une dimension culinaire à leur métier.

Mais le boucher n'est pas seulement un expert de la viande, c'est aussi un commerçant de détail. En contact direct avec les clients, il fournit des informations sur l'origine de la viande et prodigue des conseils sur le choix, la cuisson et la présentation des morceaux.

Cependant, la modernisation ne doit pas faire oublier l'importance de l'hygiène et de la propreté dans ce métier manuel. Les bouchers doivent être particulièrement attentifs à ces aspects tout en développant des compétences manuelles pour effectuer des découpes précises.

La diminution du nombre de bouchers pose une question essentielle sur notre relation à la nourriture. Si ce métier continue de disparaître, la provenance de nos viandes deviendra un mystère, et nos assiettes se rempliront de produits venant du monde entier, sans que nous sachions d'où ils viennent.

Ainsi, tandis que le métier de boucher s'efface lentement, l'inquiétude grandit chez les détaillants en alimentation du Québec. La préservation de cette tradition artisanale est essentielle pour la qualité de notre alimentation et pour éviter que nos assiettes ne se transforment en simples réceptacles de produits internationaux sans lien avec notre histoire culinaire.

**Texte initial de  
Richard O'Reilly**  
Enseignant en boucherie  
Responsable de la  
Boutique gourmande  
École hôtelière  
de l'Outaouais



# Le programme ATE+ boucherie : pionnier du changement

L'Association des détaillants en alimentation du Québec a fait évoluer le paysage de la formation en boucherie grâce à son programme innovant de Boucherie de détail en alternance travail-études (ATE), rémunéré à 100 %. En partenariat avec les 15 écoles de formation de la province, l'ADA propose un programme de diplôme d'études professionnelles (DEP) en boucherie d'une durée de 900 heures. Plus de 180 candidats talentueux ont déjà tiré profit de cette occasion exceptionnelle d'apprendre le métier de boucher.

Cette approche ATE se distingue par sa formule unique, combinant 60 % du temps de formation à l'école avec 40 % du temps de formation en entreprise. Cette immersion dans le monde professionnel favorise le développement des compétences en harmonie avec la culture de l'entreprise, garantissant ainsi une meilleure rétention des connaissances.

Les statistiques parlent d'elles-mêmes. Les cohortes en ATE+ en boucherie affichent un taux d'absence en formation de moins de 5 %, avec un taux de diplomation impressionnant de 80 %. De plus, 90 % des diplômés trouvent un emploi à la fin de leur formation, tandis que les employeurs témoignent d'un taux de satisfaction de 85 %.

En trois ans, 150 diplômés ont été formés, avec 155 diplômés supplémentaires prévus pour la dernière année se terminant en mai 2023. Toutes les écoles de formation en boucherie du Québec font partie intégrante du programme de l'ADAQ, y compris la seule école anglophone, L. B. Pearson de Lasalle. Une augmentation de la clientèle est prévue pour la cohorte de septembre 2023, témoignant de la demande croissante pour cette formation de qualité.

Le succès de ce programme repose en partie sur l'entraide entre les enseignants et le développement continu des compétences, ainsi que le partage d'informations pour rester au fait des dernières tendances de 2024.

En outre, le Concours de boucherie est devenu un des événements phares de l'ADA. La première édition en avril 2023 a réuni sept centres de formation professionnelle (CFP) avec la participation de deux étudiants de chaque établissement. L'événement a été un succès retentissant et prépare déjà sa deuxième édition en mars 2024, avec la participation de 10 écoles manifestant leur intérêt pour le concours.



Le futur s'annonce prometteur, avec un projet en développement pour septembre 2024. Après plus de 18 mois de discussions, l'ADA est en train de mettre sur pied un programme où le DEP sera suivi d'un programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT). Le projet pilote sera initié par le CFP de Joliette, avec le CSMOCA comme promoteur, et l'ADAQ fournira un soutien essentiel pour sa réalisation.

L'objectif ultime de l'ADA est de continuer à améliorer la formation en boucherie, en s'adaptant aux tendances actuelles, dans le but de revaloriser ce métier. Les professeurs et l'Association travaillent main dans la main pour faire de la boucherie une carrière passionnante, prometteuse, et en constante évolution.



**Meilleur élève Boucherie de détail**

**Nous vous donnons rendez-vous le 26 mars 2024 pour la 2<sup>e</sup> édition du concours**

**École hôtelière de la Montérégie**



**Meilleur élève Boucherie de détail 2023**



# TRANSFERT D'ENTREPRISE, UN PROCESSUS MÉCONNU

Le transfert d'entreprise constitue une étape cruciale dans le parcours entrepreneurial, et cette réalité n'épargne pas notre industrie et les détaillants propriétaires en alimentation. Bien que souvent méconnu, ce processus revêt des enjeux majeurs, comme en témoigne l'étude réalisée par HEC – Famille en affaires en 2021. On y apprend que 43% des entreprises familiales ne disposent d'aucun plan de succession, et que seulement 33% des transferts atteignent leur objectif. Dans le contexte qu'une grande majorité des propriétaires d'entreprises actuels souhaitent passer le flambeau dans les dix prochaines années, le sujet de transfert d'entreprise est un véritable challenge. Dans le cadre de cet article, nous examinons de près les défis inhérents au transfert d'entreprise, tout en explorant les pratiques recommandées visant à optimiser cette transition déterminante pour la pérennité de votre organisation.



## À quel moment devons-nous débuter la réflexion?

Dans les faits, tous les entrepreneurs vous diront que ce n'est jamais le bon moment pour réfléchir à son retrait des affaires ou à la seconde génération de son entreprise. Le quotidien entrepreneurial est rempli d'enjeux plus urgents les uns que les autres. Votre attention est concentrée à accroître la profitabilité, à développer les compétences ou à réfléchir à votre croissance. La plupart des détaillants ne réfléchissent pas assez rapidement à cette réalité. Toutefois, ces réflexions peuvent s'imbriquer dans votre quotidien. D'autant plus que la préparation à cette transition peut avoir des impacts considérables sur la valorisation de votre entreprise. Il est donc très important de commencer tôt à planifier la relève de votre organisation. Fort probablement que les plans changeront avec les années, mais la planification de la relève et le passage de votre entreprise à sa seconde phase générationnelle doit être mûri.



## Par où débuter?

Accordez-vous un moment de réflexion! Avant d'entamer un tel processus, il est important que vous clarifiez vos intentions. Vous devez vous projeter dans le temps et définir vos aspirations. Établir la vision que vous avez de votre entreprise à long terme. Déterminer le degré de votre implication dans les années futures. En tant qu'entrepreneur-propriétaire, amorcer cette réflexion n'est pas facile surtout lorsqu'il est question d'imaginer l'exploitation de votre commerce par une autre personne que vous. Toutefois, les scénarios peuvent être variés. Votre retrait des affaires n'est pas nécessairement synonyme de ventes. Parfois, c'est le souhait ultime, mais si vous avez induit une culture de transfert de connaissance et un partage des responsabilités, la gestion de votre commerce sera assurément plus facile et votre goût d'y participer sera prolongé. Cette réflexion définira les bases du processus de transfert d'entreprise.



## Agir en équipe!

Il est impératif de bien s'entourer et préparer notre organisation à cette étape. Après avoir clarifié votre vision, vous devez mettre en place une équipe qui vous soutiendra dans ce processus. Il est important de s'informer, suivre des formations, lire sur le sujet ou même de participer à des groupes de discussions entre chefs d'entreprises. De plus, aborder le sujet avec les professionnels qui vous entourent peut s'avérer pertinent. Votre banquier, votre comptable ou un spécialiste en droit sauront vous conseiller sur les étapes à venir. Ils vous aideront à cibler les conditions les plus optimales selon votre situation. Il peut aussi être à propos d'adjoindre à votre équipe à titre de conseiller, un expert en développement organisationnel qui saura mettre le tout en plan. Il aura une vue plus holistique de votre transfert d'entreprise. Cette petite équipe autour de vous aidera à ordonner les actions à entreprendre. Vous pourrez cibler le profil de repreneur souhaité et cibler les opportunités selon votre réalité et vos objectifs. Ce plan vous permettra de prendre les bonnes décisions au bon moment dans l'objectif ultime du transfert de votre entreprise. Gardez en tête que le transfert d'entreprise peut se complexifier et devenir très émotif. Cette équipe vous aidera dans les étapes charnières. Ce support vous accompagnera bien entendu dans cette mise en place, mais elles seront les personnes dédiées pour gérer les moments de chaleur ou de conflit.



## L'Analyse du projet

Il est facile d'imaginer que l'analyse d'un projet de transfert d'entreprise doit être faite avec soin. Vous devez mettre en place votre plan de valorisation, voir à ce que tout soit en ordre dans l'organisation. Vous devez aussi intéresser les repreneurs potentiels. Valider leurs intérêts et leurs aspirations. Ne vous surprenez pas que ceux-ci peuvent être différentes des vôtres. Votre groupe de repreneurs devra être mobilisé par le projet. Il pourrait aussi démontrer de l'impatience dans le processus. Votre rôle sera de modérer leur impatience sans pour autant les démobiliser. Vous devrez entretenir leur motivation tout en leur partageant votre réalité entrepreneuriale. Pour ce faire, il pourrait être pertinent de les mettre en posture de responsabilisation afin de tester leur résilience entrepreneuriale. Indirectement c'est aussi à cette étape ou vous comme cédant, aurez à apprendre à diriger votre entreprise à un niveau différent. Il s'agit d'un transfert de responsabilité avant le transfert légal. Un réel test! Votre rôle est de passer en mode coach, de passer le chapeau du chef d'entreprise et de développer littéralement un vecteur de coleader par une gouvernance efficace de votre organisation. Clarifier les rôles et responsabilités. Ceci induira de bonnes pratiques de gestion, qui mettra votre relevé en situation concrète d'opérateur. Bien facile à dire, mais plus compliqué à réaliser. En fait, votre rôle sera de mettre votre savoir entrepreneurial sur papier afin de guider la génération future.



## On finance l'opération comment?

Plus tôt que tard viendront les questions de valorisation et de financement. Il s'agit de trouver le bon maillage entre vos aspirations comme cédant et les capacités financières de votre groupe de repreneurs. La valorisation n'est pas toujours la solution à tout prix. De plus, afin que la transaction soit optimale, cette préparation doit être réfléchie. Celle-ci sera directement liée à la performance opérationnelle de votre organisation. La capacité pérenne de votre entreprise à générer des bénéfices. Vous aurez à évaluer votre entreprise et débiter des négociations. La valorisation d'une entreprise est intrinsèquement temporelle et soumise à une dynamique qui évolue dans le temps en fonction de ses résultats opérationnels. C'est pourquoi ces discussions doivent être bien synchronisées. Votre seule police d'assurance est la qualité de votre management et un environnement commercial stable. À ce stade, les options de transactions sont variées, tout comme les solutions de financements. Il est donc nécessaire de bien se faire accompagner. Votre équipe conseil pourra vous suggérer le meilleur scénario pour la transaction et vous assurera l'optimisation fiscale.

En résumé, le transfert d'entreprise représente un défi significatif pour les entrepreneurs. La mise en place d'une équipe-conseil expérimentée et la réalisation d'une analyse approfondie sont des éléments clés de cette transition. La valorisation minutieuse de l'entreprise et les discussions sur le financement doivent être synchronisées pour optimiser la transaction. La clé d'un transfert réussi est assurément d'être bien entouré et bien informé. Intéressez-vous au sujet et multipliez les sources d'information afin de vous faire votre propre idée sur le sujet. Les sources d'information sont nombreuses, mais le site Internet du CTEQ est plutôt complet. Vous pourrez y trouver une multitude d'articles et de webinaires. Avec 71 % des dirigeants d'entreprises familiales qui estiment que la prochaine génération n'est pas prête à assumer la gestion de l'entreprise, il est crucial pour assurer le succès du transfert d'entreprise d'avoir une approche professionnelle, de bien s'informer et de bien s'entourer.

# FÉLICITATIONS

## AUX FINALISTES ET LAURÉATS

# 2023

PRIX  
INNOVATION  
en alimentation  
2023  
CTAQ

PARTENAIRES :

Desjardins

IC<sup>▲</sup>  
INNO-CENTRE  
Performance d'affaires  
Business Performance

BANQUE  
NATIONALE

FASKEN

Québec

## LAURÉATS

### CATÉGORIE PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS

- 1 PRODUITS DE BOULANGERIE / PÂTISSERIE  
Still Good pour son Mélange de farine tout usage revalorisé
- 2 JUS ET BOISSONS  
Oatbox pour sa Boisson d'avoine barista
- 3 PRODUITS LAITIERS  
Agropur Coopérative Laitière pour son OKA Érable
- 4 PROTÉINES ANIMALES  
Les Fermes PB pour ses Saucisses de volaille-okara
- 5 PROTÉINES VÉGÉTALES  
Croque Lupin pour ses Lupins rôtis assaisonnés
- 6 METS PRÉPARÉS  
Tempéline pour sa Sauce pour pâte Tempéline
- 7 PRODUITS DE LONGUE CONSERVATION  
Maison Orphée pour L'Huile Parfaite<sup>MC</sup>
- 8 ALCOOLS DISTILLÉS  
La Miellerie King - distillerie et hydromellerie pour Alvéole - la crème artisanale du Québec
- 9 PRODUITS DE SPÉCIALITÉ  
Fruit d'Or pour ses Bleuets sauvages ultra juteux et sans relâchement d'eau
- 10 CHOCOLATS, COLLATIONS, DESSERTS ET CONFISERIE  
Mais Soufflé Bad Monkey Popcorn inc. pour son Mais Soufflé Heat n' Eat
- 11 CATÉGORIE EMBALLAGE  
Cascades pour ses Paniers à rabats pour fruits et légumes frais en carton ondulé
- 12 CATÉGORIE TECHNOLOGIE & PRODUCTIVITÉ  
Paradis Nord Investissement Inc. pour FIER-WITURBO(S)  
« Le vrai Jus ré-inventé »

### PRIX DE NOS PARTENAIRES

- 13 PRIX ENTREPRENEURIAT BANQUE NATIONALE  
Sana
- 14 PRIX ENTREPRISE INNOVANTE DESJARDINS  
Paradis Nord Investissement Inc.
- 15 PRIX PRODUCTIVITÉ AMÉLIORÉE INNO-CENTRE  
Floèm
- 16 PRIX ÉCO-RESPONSABLE FASKEN  
Still Good



## FINALISTES

Agropur Coopérative Laitière pour Natrel Cheddar Extra-fort | Amour Liquide Cocktails pour Amour Liquide Cocktails | Bo pour son Application Bo | Café Castelo inc. pour sa Mouture universelle | Cascades pour Cascades innove pour Goodfood : un isolant northbox® imperméable et sans plastique | Distillerie Comont pour sa Vodka Zéro Carbone | Fumoirs Gosselin pour son Smoked Meat de Porc | Crazy pour sa Base crémeuse végétale | Groupe Woop4 pour ses Poissons végétales | HARRINGTON Pétillants Botaniques pour ses Cocktails toniques | Kwe cocktails pour son Soda tonic Léger | L'Érable au Fil du Temps inc. pour ses Cornets au chocolat noir et beurre d'érable | Lao pour ses Bulles de thé | Les Aliments Jardi inc. pour Candi Pow | Madame Labriski Inc pour sa Gamme de sauces BBQ santé Madame Labriski | Madame Labriski Inc pour ses Mélanges à biscuits à l'avoine Madame Labriski | Nortera pour Arctic Gardens Nouvelle Identité de Marque | Nortera pour Del Monte Collation de Fruits en Morceaux dans de la Compote | Nutrinor Lait Nordique pour Nutrinor Lait Nordique emballage carboneutre | Relocalize pour Relocalize micro-usine autonome d'aliments et de boisson | S.O.S. Fondue pour Croc'Fondue | Sana pour sa Collation fonctionnelle | Soralink pour son Système intelligent de maintenance prédictive et d'amélioration de procédé Soralink | Ubald Distillerie pour sa Collection de prêts-à-partager Ubald



# IMMERSION AU COEUR DU MÉTIER DE BOUCHER.ÈRE DE DÉTAIL

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

## DOCUMENTAIRE EN RÉALITÉ VIRTUELLE 360° EN 2D

- Explorer les particularités de ce milieu de travail dynamique;
- Découvrir les tâches journalières de ce métier.

**Une profession gratifiante qui nourrit les Québécois!**

Avec la participation financière de :

Québec

vocatio  
IMAGINE TON MÉTIER

Sobey's

Provigo

metro

©Voca360°\_VéroB - 2023

Visitez le [csmoca.org](http://csmoca.org) et suivez-nous sur les réseaux sociaux !

Contact : [info@csmoca.org](mailto:info@csmoca.org) | 514 499-1598



## INNOVER POUR ATTIRER LA MAIN-D'ŒUVRE

# BOUCHER(ÈRE) DE DÉTAIL AU QUÉBEC

Depuis plusieurs années les problèmes de recrutement sont criants au Québec, particulièrement dans le domaine de la boucherie. Face à cette réalité persistante, et afin de présenter ce métier méconnu, mais gratifiant aux futurs travailleurs, le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) a récemment produit un documentaire en réalité virtuelle 3D dédié au métier de boucher de détail. Cette vidéo a également été adaptée en format 2D pour faciliter l'accessibilité sur toutes les plateformes électroniques.

Ce projet novateur a été réalisé en étroite collaboration avec l'organisme Vocatio, anciennement connu sous La cité des métiers du Québec, et est rendu possible grâce à la participation financière du gouvernement du Québec. Cette nouvelle initiative vise à promouvoir la profession et à soutenir les détaillant.es en attirant de nouveaux talents diversifiés et inclusifs dans les commerces d'alimentation.

En moins de 5 minutes, cette vidéo offre une expérience hors du commun, vous plongeant au cœur de ce

métier essentiel qui contribue à nourrir les Québécois. Elle présente les nombreuses opportunités de carrière qu'offre ce département tout en approfondissant votre compréhension des déterminants et des particularités de ce milieu de travail incomparable. Ce documentaire invite à partir à la découverte du quotidien d'un boucher.ère, ses tâches et ses responsabilités journalières dans l'univers dynamique du secteur alimentaire. Sans aucun doute, cette vidéo ouvrira de nouvelles perspectives pour l'avenir de la main-d'œuvre dans l'industrie!

Vous souhaitez plonger dans cet univers captivant? Scannez le code QR ci-haut pour visionner la vidéo en format 360° 2D et utilisez votre souris pour naviguer dans cet univers passionnant!

Ce projet est disponible en tout temps au [csmoca.org](http://csmoca.org), et en 3D sous forme d'ateliers avec lunettes Oculus du CSMOCA. Nous vous invitons à contacter l'équipe dès aujourd'hui et planifier un atelier dans votre région. Nous vous promettons une expérience mémorable que vous n'allez pas regretter!

## CSMOCA

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation est un organisme sans but lucratif dédié au développement des compétences de la main-d'œuvre de son secteur. Depuis près de 25 ans, l'organisation est au service des épiceries, des magasins spécialisés, des commerces de proximité et des entrepôts alimentaires partout à travers le Québec! Engagée et motivée à répondre à l'évolution constante des besoins du secteur, l'équipe réalise des études et des analyses approfondies, pour ensuite concevoir des outils spécifiquement adaptés aux réalités et aux exigences des employeurs et employés. Vous œuvrez dans le domaine de l'alimentation et vous avez des idées de projets? Contactez-nous à [info@csmoca.org](mailto:info@csmoca.org) ou au (514) 499-1598, nous sommes toujours ouvertes à de nouvelles collaborations dans le but de contribuer ensemble à l'avancement du secteur!

**Charlotte Pigeon**

Conseillère sénior aux communications  
[cpigeon@csmoca.org](mailto:cpigeon@csmoca.org) | (514) 499-1598 poste 4

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

# 60<sup>e</sup> TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



27 MAI 2024

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



# ON SE VOIT SUR LES VERTS!

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

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

## COÛT MEMBRE FOURNISSEUR

1375 \$  
+TX

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

### INFORMATION ?

Stéfany Archambault  
sarchambault@adaq.qc.ca  
(514) 982-0104 poste 237

# 60<sup>e</sup> TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

Raison sociale \_\_\_\_\_  
Adresse \_\_\_\_\_  
Ville \_\_\_\_\_ Code postal \_\_\_\_\_  
Courriel \_\_\_\_\_  
Téléphone \_\_\_\_\_  
Cellulaire \_\_\_\_\_

## QUATUOR 1

**Joueur 1 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 2 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 3 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 4 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_

## QUATUOR 2

**Joueur 1 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 2 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 3 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_  
**Joueur 4 :** \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_  
Allergie(s) : \_\_\_\_\_

**QUATUOR**  x 1375 \$ =  +tx.  
(membre fournisseur)

**QUATUOR**  x 1575 \$ =  +tx.  
(non-membre fournisseur)

**JOUEUR INDIVIDUEL**  x 395 \$ =  +tx.  
(membre fournisseur)

**JOUEUR INDIVIDUEL**  x 450 \$ =  +tx.  
(non-membre fournisseur)

**DÉTAILLANT**  x 295 \$ =  +tx.

**COCKTAIL DÎNATOIRE**  x 115 \$ =  +tx.

**MONTANT TOTAL À PAYER**  +tx.

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

## COMMANDITE

Je désire prendre une commandite:

Pour voir les opportunités de commandites :  
[adaq.qc.ca/event/tournoi-de-golf-de-l-ada](http://adaq.qc.ca/event/tournoi-de-golf-de-l-ada)

## QUATUOR

**Comprend :** 4 droits de golf et voitures, 4 dîners et 4 cocktails.

## JOUEUR INDIVIDUEL

**Comprend :** droit de golf et voiturette, dîner et cocktail

## POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à [sarchambault@adaq.qc.ca](mailto:sarchambault@adaq.qc.ca). Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 15 mai 2023. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : (514) 982-0104 poste 237.

\*\*\*\*\*  
**HORAIRE\***

\*\*\*\*\*  
**INSCRIPTION**  
10h30

\*\*\*\*\*  
**BRUNCH**  
11h00

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

\*\*\*\*\*  
**COCKTAIL DÎNATOIRE**  
18h00

\*Possibilité de changements en fonction de la situation sanitaire

# 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.



## LE CENTRE D'INSPIRATION SOBEYS

Le centre d'inspiration Sobeys est le dernier ajout au campus de l'Université Saint Mary's. Ce bâtiment de quatre étages, d'une superficie de 43000 pieds carrés, fait de verre et d'acier, est un catalyseur de l'esprit d'entreprise et de l'innovation.

Le bâtiment est nommé en reconnaissance du don extraordinaire de 18 millions de dollars de la famille Sobey, de la Fondation Sobey et de Sobeys Inc., le plus important don de l'histoire de l'université, et en hommage au leadership visionnaire de la famille Sobey, qui, depuis plus de 40 ans, soutient l'Université Saint Mary's et la Sobey School of Business.

Source : <https://www.smu.ca/sobeysinspirationhub/sobeysinspirationhub/>



## TERREBONNE, NOUVELLE PLAQUE TOURNANTE DE METRO

Les paquets de bœuf haché, les pizzas surgelées ou encore les pots de yogourt destinés aux épiceries Metro et Super C du Québec partiront tous dorénavant du même endroit pour prendre le chemin des magasins. En fonction depuis quelques semaines déjà, un tout nouveau centre de distribution automatisé – un investissement d'environ un demi-milliard – situé à Terrebonne alimente les magasins du groupe en produits surgelés et fera de même pour les denrées fraîches comme la viande et les produits laitiers en février 2024.

Source : <https://corpo.metro.ca/fr/accueil.html>



## DESJARDINS VERSE 10 000 \$ POUR LE SOUTIEN À LA RELÈVE ALIMENTAIRE DU QUÉBEC

Cet appui de taille de Desjardins permettra à la Fondation Initia de poursuivre sa mission d'accompagner les jeunes gens d'affaires et les entreprises de la relève de l'industrie à alimentaire du Québec dans leur développement. C'est grâce au Fonds C qu'Initia s'est vu octroyer une somme de 10 000 \$ afin de poursuivre l'adaptation de son modèle d'affaires pour offrir des services d'accompagnement sans frais aux jeunes entrepreneurs, étudiants et professionnels du secteur.

Source : **Nouvelles - Fondation Initia**



## EN 2023, UN RECORD HISTORIQUE DE 96,6% DES DÉPANNEURS CONFORMES AUX INSPECTIONS PIÈGES

Cette année, l'industrie variée des dépanneurs, regroupant à la fois de petits commerces familiaux et de grandes chaînes, s'est unie pour mettre l'accent sur la responsabilité sociale, démontrant un engagement commun au-delà des intérêts commerciaux.

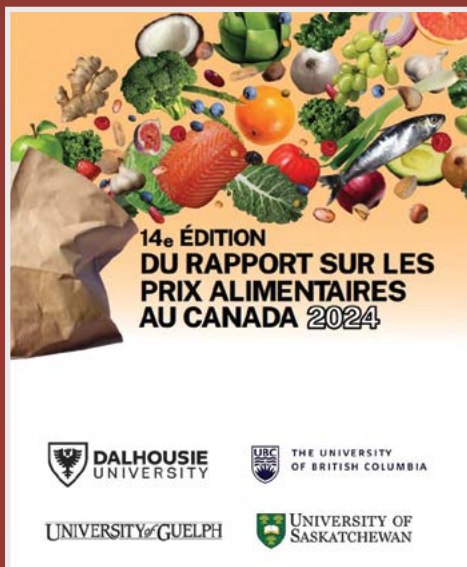
Ces commerces ont atteint un niveau de conformité historiquement élevé (96,6%) en matière de prévention de la vente de tabac aux mineurs en réponse aux contrôles de conformités rigoureux.

Pour visionner les formations gratuites offertes aux membres de l'ADA, scannez ce code QR :

Source : <https://depquebec.com/sommet-historique-des-depanneurs-en-2023/>



# L'INDUSTRIE



## RAPPORT SUR LES PRIX ALIMENTAIRES AU CANADA 2023

Chaque année, le Rapport sur les prix alimentaires au Canada, produit en collaboration par l'Université Dalhousie, l'Université de Guelph, l'Université de la Saskatchewan et l'Université de la Colombie-Britannique, nous renseigne sur les tendances du secteur et les projections des prix alimentaires futurs.

Le rapport de l'année 2023 prévoyait une augmentation globale des denrées alimentaires de 5 % à 7 %. Les dernières données disponibles démontrent que l'augmentation réelle s'est située à 5,9% pour l'ensemble du pays (6,7% au Québec). Les projections pour l'année 2024 prévoient une hausse se situant entre 2,5% et 4,5 %. L'augmentation attendue pour le Québec serait inférieure à la moyenne.

Source :



## AVIS DE NOMINATION DE MONSIEUR TOM SZOSTOK

Monsieur Tom Szostok a été nommé au poste de vice-président principal des ventes chez Lactalis Canada. Dans ses nouvelles fonctions, monsieur Szostok dirigera les ventes commerciales de l'entreprise et supervisera entièrement les comptes clients ainsi que la stratégie et le développement des clients.

Fort de plus de 25 ans d'expérience dans le secteur des produits de grande consommation, monsieur Szostok était dernièrement chez Sabra Dipping Company en tant que vice-président des ventes pour l'Amérique du Nord. Auparavant, il a occupé plusieurs postes de direction dans le domaine des ventes et a également joué un rôle consultatif au sein de divers comités de l'industrie.

Source : <https://www.lactalis.ca/press-release/lactalis-canada-announces-appointment-of-tom-szostok-as-senior-vice-president-of-sales/>



## AVIS DE NOMINATION DE JEAN-PHILIPPE LEBLANC

Keurig Dr Pepper a nommé Jean-Philippe Leblanc vice-président de la division café.

Il possède deux décennies d'expérience en tant que cadre dans le secteur des biens de consommation courante et a récemment occupé le poste de vice-président de catégorie chez Agropur. Il a également travaillé chez Procter & Gamble et Hills.

Source : <https://www.grocerybusiness.ca/people-news/keurig-dr-pepper-appoints-new-vp-for-coffee-division/>

# ACTUALITÉS ET TCBO

## ÎLE DE MONTRÉAL

6<sup>e</sup> ÉDITION DES RENCONTRES D'ACHETEURS DU CIBÎM, CARREFOUR DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE DE L'ÎLE DE MONTRÉAL, DU 5 AU 16 FÉVRIER 2024

**Acheteurs, participez à cette quinzaine incontournable du secteur et profitez de l'expertise du CIBÎM pour développer votre marché.**

Les rencontres d'acheteurs du CIBÎM, Carrefour de l'Industrie Bioalimentaire de l'Île de Montréal, ce sont deux 2 activités sur mesure pour les professionnels du domaine bioalimentaire.

### DU 5 AU 16 FÉVRIER 2024

15 jours de rencontres express virtuelles avec des vendeurs correspondant à vos critères d'achat.

Réservez vite votre bloc d'heures :

<https://forms.office.com/r/KmMdbmQ3MP>

### 6 FÉVRIER 2024

La Grande Dégustation des produits québécois au Vieux-Port de Montréal

Pour plus d'informations :

[info@cibim.org](mailto:info@cibim.org)

### LA QUINZAINE DES RENCONTRES VIRTUELLES ACHETEURS/VENDEURS



#### Le rôle du CIBÎM est de vous économiser du temps !

Grâce à notre expertise, nous vous accompagnons tout au long de vos rencontres virtuelles pour vous offrir une activité clé en main. Cette activité gratuite, en collaboration avec le MAPAQ et le Regroupement des Tables de Concertation Bioalimentaires et Aliments du Québec, vous permet de rencontrer de nouveaux transformateurs alimentaires de toute la province.

#### MISES EN RELATION PERSONNALISÉES EN FONCTION DE VOS ATTENTES :

Sélection des entreprises présentées en fonction de vos besoins

Prise de rendez-vous selon vos disponibilités et votre agenda en février

Rencontres virtuelles de 15 minutes, modérées par un animateur pour respecter votre temps

Logistique gérée intégralement par notre équipe

Un grand nombre d'acheteurs (chaînes de détails et indépendants, distributeurs, courtiers, institutions, ...) nous font confiance depuis la première édition en 2019. L'événement grandit un peu plus chaque année et en 2023, nous avons eu le plaisir d'accueillir :

**44** acheteur | **95** vendeurs

### CLÔTURE DES RENCONTRES D'ACHETEURS : LA GRANDE DÉGUSTATION DES PRODUITS QUÉBÉCOIS



Fort du succès de l'année précédente, tous les acheteurs du marché du détail, de l'institutionnel (secteur de l'éducation, de la santé, du HRI), des boîtes de prêts-à-manger / prêts-à-cuisiner sont conviés, pour clôturer cette quinzaine, à la deuxième édition de la Grande Dégustation des produits québécois qui aura lieu le vendredi 16 février au Vieux-Port de Montréal. Ce moment convivial vous permettra non seulement de goûter les produits que vous avez découverts lors de cette quinzaine, mais aussi de réseauter avec l'ensemble des professionnels du domaine bioalimentaire et de prendre le pouls du marché actuel.

En bref, les rencontres d'acheteurs du CIBÎM, c'est une formule hybride avec un salon professionnel et des rencontres virtuelles pour permettre de mettre en contact les acheteurs, les maillages les plus pertinents avec des transformateurs alimentaires québécois.

Pour plus d'informations :

[info@cibim.org](mailto:info@cibim.org)

Peu importe la catégorie de produits, le CIBÎM saura répondre à vos besoins. | Réservez vite votre bloc d'heures : <https://forms.office.com/r/KmMdbmQ3MP>



**Qui sommes-nous ?** Le CIBÎM, Carrefour de l'Industrie Bioalimentaire de l'Île de Montréal, est un organisme à but non lucratif créé en 1999 à l'initiative de professionnels et d'institutionnels montréalais soucieux de promouvoir et de développer l'industrie de la transformation alimentaire de l'Île de Montréal. La mission du CIBÎM est de créer des opportunités de marché, de faciliter les maillages et d'accompagner les entreprises pour contribuer à la prospérité du secteur bioalimentaire. Il est aujourd'hui reconnu pour son expertise ainsi que pour les ressources qu'il offre et compte plus de 225 membres et partenaires.

Les **risques** à la santé psychologique  
peuvent être présents dans tous  
les milieux de travail.



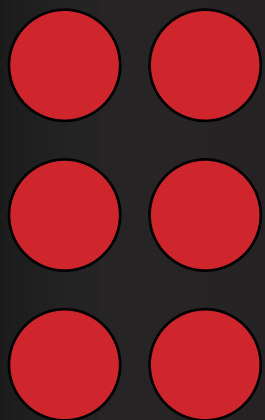
**SANTÉ**

**PSYCHOLOGIQUE**

Leur **prise en charge** par les milieux est toute aussi importante  
que celle des autres risques liés à la santé et à la sécurité.

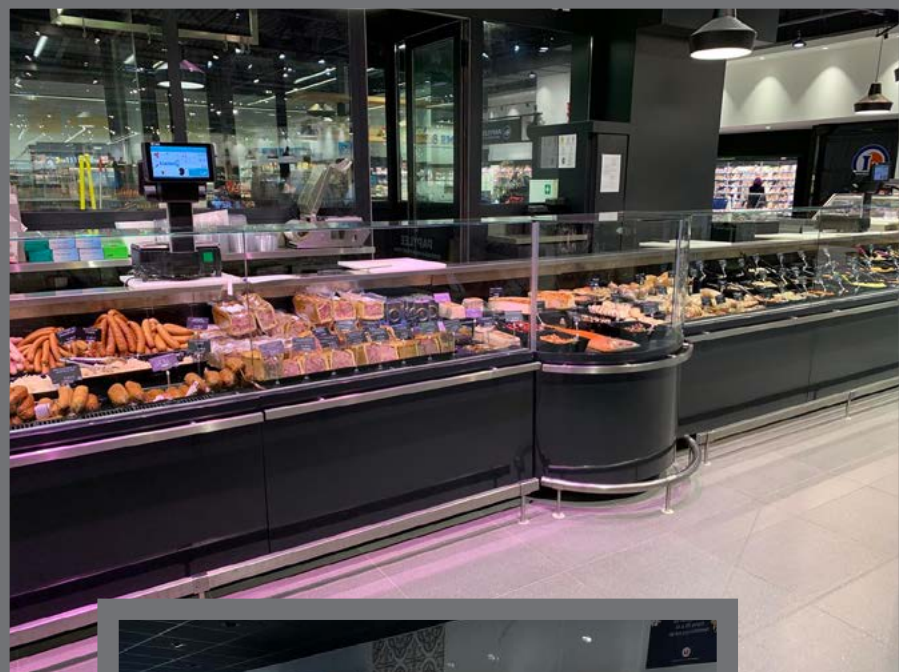
Informez-vous : [cnesst.gouv.qc.ca/sante-psychologique](https://cnesst.gouv.qc.ca/sante-psychologique)

DC1300-991 (2023-11)



# POUR TOUS VOS BESOINS, LES MEILLEURES SOLUTIONS

*Un style à l'italienne*



**arneg**

CANADA

**arneg**  
WORLD

**arneg**

SYSTÈMES

18 rue Richelieu, Lacolle, QC J0J  
1J0

450.246.3837 • 1.800.363.3439

[www.arneg.ca](http://www.arneg.ca)

[sclement@arnegdml.com](mailto:sclement@arnegdml.com)