

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Été 2022

66^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

Réservez votre place
dès maintenant!

P. 18



CONCOURS LADQDMP!

Dernière chance
pour s'inscrire!

P. 7



CONSIGNE

Visite de centres
de dépôt à
Vancouver!

P. 24



GOLF 2022

Retour sur
l'événement
en photos!

P. 32

DÉGAGER DU TEMPS POUR CRÉER DAVANTAGE DE VALEUR



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

Je suis bien placé pour savoir combien il est difficile aujourd'hui pour vous tous, chers détaillants, de trouver du temps et de l'énergie dans le contexte de la nouvelle normalité de nos magasins. L'adaptation à de nouveaux défis est loin d'être terminée et vous connaissez trop bien les pronostics de l'emploi au Québec. Il n'y a rien à cacher, nous sommes hyper sollicités, nous sommes souvent surmenés.

Je ne vais pas en rajouter une couche en vous faisant une liste de tous ces enjeux qui nous pendent au bout du nez, les pages du magazine et juste ici l'édito de notre PDG (ci-bas) auront tôt fait de nous le rappeler. Je veux plutôt vous inviter à vous donner le temps de vous engager un peu hors de ces opérations quotidiennes où nous sommes essentiels.

Si on veut pouvoir continuer à progresser, il ne faut pas oublier de refaire nos batteries, de faire le plein de nos familles, de nos amis, de l'expérience de nos pairs. L'été c'est fait pour jouer, ne l'oublions pas.

Ce fut agréable de pouvoir se retrouver à notre tournoi de golf annuel au mois de mai dernier et d'échanger avec de nombreux d'entre vous. Une occasion de joindre l'utile à l'agréable. Soutenir notre Association, socialiser avec nos pairs, jouer sans se prendre la tête, relativiser nos problèmes et rencontrer de nouveaux partenaires.

J'attire d'ailleurs votre attention sur notre concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* qui se déroulera cet été. C'est une chance unique de faire connaître de nouveaux produits et d'en mettre plein la vue à vos clients. C'est notre mission de détaillants propriétaires de soutenir l'achat local et d'encourager nos entreprises d'ici. Tout le monde en sort gagnant, nos entreprises, notre industrie, nos communautés en se soutenant les uns les autres.

Si vous lisez ce texte, en plus de ne pas compter vos heures, vous êtes prêts à vous engager. L'engagement prend différentes formes, mais il fait toujours grandir. Ça nous permet de découvrir des perspectives différentes, de prendre du recul. Comme président de l'ADA, les occasions ne manquent pas et je trouve ça énergisant. Je vous souhaite de trouver votre source.

Si vous voulez qu'on crée davantage de valeur ensemble, ça me fera plaisir de prendre le temps.

Je vous souhaite un bel été et de belles vacances en famille et au plaisir de vous revoir bientôt dans nos activités futures.

DES OCCASIONS RATÉES DE S'ATTAQUER À L'INFLATION



Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Inflation : ce mot tabou est pourtant sur toutes les lèvres depuis quelques mois. Tout le monde se réjouit quand sa valeur de travail horaire augmente, que sa maison et même sa vieille auto qui porte pourtant fièrement son titre « d'usagée » prend énormément de valeur. Le réveil est pourtant brutal quand les chaînes d'approvisionnement n'arrivent pas à reprendre le dessus de la demande, que les taux d'intérêt augmentent et que tout devient plus cher.

Statistique Canada rapportait récemment que pour le seul mois d'avril, la hausse des prix a atteint 6,8 %. Stress parmi tous les stress pour de nombreux ménages, d'avril 2021 à avril 2022, le prix des aliments a augmenté de 9,7 %. Comble de préoccupations, les catégories des fruits frais (+10 %), des légumes frais (+8,2 %) et des viandes (+10,2 %) sont celles qui ont subi les hausses les plus significatives.

L'opinion publique cherche alors des coupables et on invoque des remèdes de cheval comme la suspension des

taxes sur l'essence, le plafonnement de prix sur différents produits, si ce n'est la distribution de chèques de l'État. Contentons-nous de dire que ces pistes, même si populaires, mériteraient toutes une analyse plus approfondie.

Il faut réaliser qu'on a, dans bien des cas, étiré l'élastique au maximum; qu'on a évité de regarder les signes annonciateurs. On ne fait pas face à une situation subite. On doit à tout prix s'attaquer aux sources de l'inflation plutôt que de pallier temporairement ses effets indésirables.

Cachez cette inflation que je ne saurais voir. Nos donateurs d'ordre aux différents paliers de gouvernement doivent faire une petite introspection. Ces derniers imposent des réglementations coûteuses pour les fabricants et exploitants qui n'auront d'autre choix que de refiler ces multiples frais additionnels à travers le coût des produits.

Que dire de la possibilité d'élargir la gestion manuelle, sans main-d'œuvre suffisante, de milliards de contenants consignés sur les coûts du système. En vase clos, une brique à la fois, on alimente un peu plus l'inflation en défavorisant nos entreprises locales par rapport aux joueurs étrangers ou non domiciliés dans un marché maintenant sans frontières.

À l'approche du 1^{er} juillet, les vacances commerciales se multiplient dramatiquement, s'il manquait un signe que le climat économique se fait de plus en plus difficile malgré les belles paroles de privilégier des villages et quartiers à

échelle humaine. Comme les loyers, les taxes ne baissent pas. Au contraire, de nouveaux frais d'exploitation s'ajoutent sous forme d'ajustements, de taxes de mutation, de redevances, d'éco-contributions ou d'autres idées lumineuses pour le bien commun. Mis bout à bout, l'air se fait rare.

Exemple par excellence: alors que des milliers PME peinent à trouver suffisamment de bras et surpaient ceux qui restent pour rester en vie, les compagnies de crédit leur ponctionnent souvent plus de frais que leurs maigres marges de profit. Depuis plus de 15 ans, les ministres des Finances se succèdent à Ottawa. Jim Flaherty, Joe Oliver, Bill Morneau, Chrystia Freeland promettant tous de régler une fois pour toutes cette source évidente d'inflation. Le gouvernement libéral avait promis de mettre fin à la portion de frais chargés sur les taxes. Cette seule mesure, qu'on attend toujours, diminuerait les frais de transactions de 15 %.

Un récent règlement permettra aux commerçants (hors Québec) de surcharger les frais de crédit aux utilisateurs. Pourquoi, alors que c'est le sujet de l'heure, personne ne soulève qu'il s'agit d'une bien piètre solution qui encourage une fois de plus l'inflation? Limiter les frais d'interchange, comme l'ont fait depuis longtemps l'Europe et l'Australie, est une mesure qui ne coûterait pas un sou à l'État et qui lutterait directement contre les pressions inflationnistes.

Avant de fixer le prix du chou-fleur, il me semble qu'il y a des occasions ratées à revisiter.

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

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

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

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

RÉVISION LINGUISTIQUE
Myriam Gendron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Nah Keita
Technicienne comptable

Stéphane Lacasse
Vice-président Affaires
publiques

David Beaulieu
Agent des communications

Patrick Legault
Adjoint administratif
et service aux membres
Stéfany Archambault
Chargée de projets,
partenariats et événements

Daniel Choquette
Directeur, Développement
des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Michel Dépatie
Président

Guillaume Laroche
Trésorier

Bruno Desrochers
Vice-président
Éric Courtemanche Baril
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Christine Barcelo

Marc Bougie

Suzanne Charland

Marcel Clermont

Marie-Josée Drouin

André Forget

Jasen Gaouette

Franck Hénot

Annie Paquette

Patrick Pinard

Roger Raad

Simon Veilleux

DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AU CFG

Dominic Arsenault

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Mario Laplante
Président

Guy Auger
Trésorier

David Plante-Riou
Vice-président

Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte

Hedia Bahri

Alain Bertrand

Charles Brunelle

Antoine Chatel

Tony Fournier

Patrick Nadeau



SOMMAIRE

SECTION
MEMBRES FOURNISSEURS 4

PORTRAIT DE DÉTAILLANTE 5

CONCOURS LES ALIMENTS DU
QUÉBEC DANS MON PANIER! 7

SUIVI DE DOSSIERS

ENVIRONNEMENT

L'éco-contribution municipale,
un nouveau phénomène 12

Le Publisac : les Villes agissent ! 13

Consigne élargie 13

ALCOOL

Une consultation sur les boissons alcooliques 14

Vers des élections générales cet automne 14

AGROALIMENTAIRE

Rencontre annuelle des partenaires
de la Politique bioalimentaire 15

POLITIQUE

Allègement réglementaire 15

66^e CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA 18

DÉFIS DES FOURNISSEURS ADA 21

CSMOCA : MICROBRASSERIE 22

VANCOUVER : AU ROYAUME
DES DÉPÔTS 24

RETOUR SUR LA 19^e ÉDITION
DU SIAL CANADA 2022 26

ATE+ BOUCHERIE 28

RETOUR SUR LE 58^e TOURNOI
DE GOLF DE L'ADA 32

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 34

ACTUALITÉS DES TCBQ 38

NOUS Y SOMMES!



Mario Laplante
Président SMF

Sans dire que la pandémie est totalement derrière nous, nous sommes revenus à des habitudes de vie plus normales et régulières. Nos activités professionnelles sont plus présentes et on voit des changements dans nos processus de réalisations. À titre de fournisseurs, nous faisons toujours face à plusieurs enjeux dans notre industrie. La hausse des coûts d'opération et le manque de main-d'œuvre représentent nos principaux défis. Nous mettons toutes nos énergies à mettre en place des actions qui nous permettent de continuer à desservir notre clientèle de façon professionnelle.

Votre conseil d'administration est en planification et en préparation d'une activité de réseautage très intéressante pour septembre 2022. Restez à l'affût de l'invitation à venir. Également, je tiens à vous informer que nous sommes dans les préparatifs du prochain congrès de l'ADA, qui aura lieu en novembre prochain, d'autant plus que nous allons revenir avec le Défi des fournisseurs. Cette activité s'avère une excellente opportunité de présenter votre compagnie, produits ou initiative marketing à plusieurs marchands des différentes bannières. Prenez note que les places sont limitées. Réservez rapidement la vôtre en communiquant avec Stéfany Archambault de l'ADA.

Enfin, je vous souhaite à tous, membres fournisseurs, un bon été. Au plaisir de vous voir lors de nos prochaines activités.

Au plaisir!



PORTRAIT DE DÉTAILLANTE



LA SORELOISE REVIENT AU BERCAIL

Native de Sorel-Tracy, Karine Bouchard est la troisième génération d'épiciers de sa famille. Son grand-père possédait un commerce au centre-ville de Sorel sur la rue Charlotte. C'est à cet endroit que son père, Sylvio Bouchard, a appris le métier de boucher. Par la suite, ce dernier est devenu lui-même épicier en tant que franchisé pour Metro.

Ce faisant, Karine a grandi dans le commerce de détail alimentaire, qui était une vraie affaire de famille. « *On est trois enfants et tout le monde a travaillé là*, explique-t-elle. *Ma mère y travaillait également [tout comme] des cousins, des cousines, des oncles, des tantes, c'était très familial.* » C'est à 14 ans qu'elle a commencé à travailler au Metro de son père comme emballieuse, avant de devenir caissière à 16 ans et de continuer à progresser dans les différents départements.

À 19 ans, la jeune Soreloise va quitter sa ville natale pour poursuivre ses études à Montréal. « *Comme n'importe qui, quand on vient d'une petite ville, on a le goût de changer d'air* », affirme-t-elle. Elle a entrepris des études en commercialisation de la mode et est restée dans ce domaine jusqu'à l'âge de 30 ans. Par la suite, elle a eu plusieurs expériences professionnelles et est éventuellement partie en France pour 9 mois. Vers la fin de son voyage, un ami de Sorel l'a contactée et lui a demandé de venir l'aider à revampier une pâtisserie. Ce nouveau défi a fait revenir la Soreloise dans sa ville natale après une quinzaine d'années dans la grande ville.

LE « COUP DE FOUDRE » PROVIGO

De retour à Sorel, elle travaille à la pâtisserie lorsque la pandémie de COVID-19 vient chambouler le déroulement de la vie quotidienne. Comme dans plusieurs secteurs d'activité, elle sera dans le feu de l'action, alors que les méthodes de travail devront être revues et adaptées.

Au même moment, la conjointe de son père, Diane Bergeron, avait des discussions avec Karine pour savoir si elle serait tentée de reprendre son Provigo. La franchise de celle-ci allait bientôt se terminer et allait prendre sa retraite. La jeune femme avait quelques hésitations. « *J'ai beau avoir grandi là-dedans, mais mon background des dernières années n'était plus en alimentation* », raconte la jeune femme.

Malgré tout, la conjointe de son père l'encourage à rencontrer les dirigeants de Provigo et voir ce qu'il arrivera. Et c'est ce qu'elle a fait. « *Quand j'ai rencontré Provigo, je suis restée moi-même. C'était important qu'il y ait une connexion.* » Il était également très important pour Karine qu'elle puisse avoir la possibilité de faire entrer des produits locaux et avoir un droit de regard sur les produits qu'elle ferait entrer dans son magasin.

Après cette rencontre, ce fut un coup de foudre pour cette enseigne, car on lui donnait la latitude nécessaire pour exploiter un magasin à son image. Après plusieurs rencontres, elle obtient la franchise du magasin de Sorel-Tracy et en prend possession en novembre 2020.

MON PÈRE, MON MODÈLE

Depuis son jeune âge, la complicité entre père et fille est présente. Pour Karine, son père, Sylvio, est un homme merveilleux et un modèle pour elle dans différentes sphères de sa vie. À l'adolescence, elle aimait déjà se trouver dans une épicerie. Lorsqu'elle travaillait au Metro de son père, plusieurs personnes venaient la voir pour lui dire qu'ils la voyaient reprendre le flambeau un jour. À ce moment-là, ce n'était pas du tout dans ses plans.

Par contre, en vieillissant, les choses évoluent et la place de l'épicerie occupe toujours une place dans le cœur de Karine. Elle nous affirme également que c'est le premier lieu qu'elle visite lorsqu'elle va en voyage!

Au moment de l'entrevue avec Karine, cela faisait 5 ans que Sylvio avait pris sa retraite. Lorsqu'elle a obtenu la franchise chez Provigo, elle l'a immédiatement appelé. Étant maintenant la voisine de son père, celui-ci s'est rapidement rendu chez elle. « *Il est arrivé chez nous en pleurant de joie. Je n'ai jamais vu mon père aussi fier* », explique-t-elle avec émotion.

Depuis qu'elle dirige son magasin, son père, son modèle, est également un mentor et un conseiller précieux. « *Il est toujours là pour me donner des conseils. Quand des choses brisent, [c'est] ma personne référence* », affirme-t-elle en riant. Selon Karine, quand on est jeune, on ne veut pas faire ce que nos parents font. Pourtant, elle affirme qu'elle fait maintenant un copier-coller professionnel de son père.

L'IMPORTANCE DE L'ACHAT LOCAL

Possédant un magasin à Sorel, Karine est entourée dans la région de nombreux producteurs locaux. L'achat local étant au cœur de sa philosophie d'entreprise, elle réussit à tisser des liens d'affaires importants avec plusieurs producteurs. C'est notamment le cas des Jardins de Massueville, qui retrouvent leurs produits dans le département des fruits et légumes du Provigo Bouchard de la mi-mai à la mi-octobre.

Selon elle, cette valeur de l'achat local, voire ultralocal, c'est ce qui permet à son commerce de se démarquer des autres épiceries.

Il est certain que la demande des clients pour les produits locaux a augmenté au cours de la pandémie, mais ce n'est pas le seul facteur. Pour Karine, la clientèle est également plus instruite d'un point de vue alimentaire et est à la recherche de nouveautés. Étant elle aussi à la recherche de produits uniques... pourquoi ne pas en faire profiter sa clientèle!





Des
produits
bien **identifiés,**
ça va vite dans le panier.

Notre équipe de merchandising peut **maximiser**
la **visibilité des produits d'ici** sur vos tablettes.

LAISSEZ-NOUS VOUS AIDER. CONTACTEZ-NOUS.

MARCHANDISAGE@ALIMENTSDUQUEBEC.COM



CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier!*



7^e édition

Du 8 au 28 août

Le 4 mai dernier, l'Association des détaillants en alimentation du Québec a tenu un lancement officiel pour l'ouverture des inscriptions de la 7^e édition du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!*. Celui-ci a eu lieu au Château Laurier de Québec en présence de détaillants, de fournisseurs, de partenaires d'affaires ainsi que des membres de l'Assemblée nationale.

Nous tenons à remercier Aliments du Québec et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) à titre de partenaires de notre concours. Nous voulons également remercier les entreprises OOYA Infusions, la Boulangerie Humanité ainsi que la Fromagerie Les Rivières et la coop Convivio, qui étaient présentes pour nous présenter leurs kiosques.

« Si on veut continuer à se démarquer comme détaillant-propriétaire, il faut mettre en valeur notre expertise et s'assurer que nos clients retrouvent des produits québécois. »

– Michel Dépatie, président de l'ADA et propriétaire du Marché Dépatie

« C'est une grande fierté pour Aliments du Québec de s'associer à ce concours parce que cette offensive illustre parfaitement ce qu'on doit faire pour attirer l'attention des consommateurs vers les produits d'ici et parce que travailler ensemble, c'est payant! »

– Isabelle Roy, directrice générale d'Aliments du Québec

Consultez le site du concours pour plus d'informations ►



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec





Guide du participant

À qui s'adresse ce guide?

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

Nos quatre catégories en 2022

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

1 Commerce de proximité

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

2 Grande surface

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

3 Produit régional

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

4 Vote du public

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

Avant de s'inscrire

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

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

Dates importantes

4 mai 2022

Lancement officiel des inscriptions au Château Laurier, à Québec

8 au 28 août 2022

Période de déroulement du concours

29 août 2022

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

12 septembre 2022

Date limite pour nous acheminer le *Bilan des activités*

4 novembre 2022

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



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

Inscription

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

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

* Exemple : 987654321098



Avant le début du concours

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

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

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

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

Pendant le concours

Dans la première semaine du concours, veuillez faire parvenir des photos de votre installation à l'équipe de l'ADA. Celles-ci se retrouveront sur votre fiche de participant sur le site www.concoursalimentsduquebec.com. Si vous n'avez pas terminé la présentation de votre projet dans la fiche

d'inscription ou désirez ajouter de nouveaux détails, vous pouvez également nous les faire parvenir. Les vidéos sont aussi acceptées.

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

Après le concours

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

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

Contact

Stéfany Archambault
Chargée de projets, partenariats
et événements

sarchambault@adaq.qc.ca

(514) 982-0104, poste 237



FORMATIONS EN NORMES DU TRAVAIL ET EN ÉQUITÉ SALARIALE DE LA CNESST

Vous recherchez une formule d'apprentissage **flexible et qui respecte votre rythme**, ou un **webinaire dirigé**? Venez découvrir l'offre de formations de la CNESST en normes du travail et en équité salariale.



FORMATIONS

- ✓ Sans frais
- ✓ Vue d'ensemble des lois
- ✓ À votre rythme et sans horaire
- ✓ En ligne
- ✓ Questionnaires interactifs
- ✓ Attestation de participation



WEBINAIRES

- ✓ Sans frais
- ✓ En direct
- ✓ Plages horaires fixes
- ✓ Thèmes spécifiques
- ✓ Période de questions
- ✓ Attestation de participation

Inscrivez-vous! cnesst.gouv.qc.ca/formation.

Offre exclusive à nos clients en mutuelle de prévention

La formation
n'aura jamais
été aussi simple!

Dès juillet 2022, les formations suivantes seront gratuites sur notre plateforme de formation en ligne :

- Comité SST
- Superviseur, être un leader en SST
- Enquête et analyse d'accident
- SIMDUT



À partir de janvier 2023, toutes nos formations SST en ligne seront tout **simplement gratuites!**



Chariot
élevateur



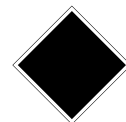
Travaux en
hauteur



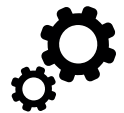
Cadenassage



Manutention de
charge



TMD



Gestion SST

Et encore plus! 28 sujets disponibles

Contactez-nous dès maintenant!

sst@lifeworks.com

1.800.565.4343

www.sst.lifeworks.com

Solutions Mieux-être
LifeWorks



SUIVIS DE DOSSIERS

Enfin l'été! Nous avons tenu notre tournoi de golf annuel en mai dernier, le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* est à notre porte et nous travaillons déjà à la tenue de notre 66^e congrès en novembre prochain. Malgré tout, nous continuons à vous représenter auprès des différentes instances gouvernementales pour être certains que la voix des détaillants en alimentation soit entendue. Voici quelques mises à jour sur divers dossiers.

ENVIRONNEMENT

L'ÉCO-CONTRIBUTION MUNICIPALE, UN NOUVEAU PHÉNOMÈNE ▼

Le 20 avril dernier, la Ville de Prévost a décidé d'imposer une nouvelle forme de taxation à ses citoyens, une redevance appelée « éco-contribution ». En fait, il s'agit d'ajouter des frais supplémentaires sur l'achat de produits en plastique à usage unique.

La Ville a ciblé 6 produits :
Contenants de 4 litres et moins de lave-glace pour véhicule (0,50\$).
Bouteilles et contenants d'eau non gazeuse de moins de 750 ml vendus à l'unité (0,10\$).
Paquets de bouteilles ou contenants (6 et plus) d'eau non gazeuse de moins de 750 ml (0,50\$).
Verres à café (ou autre boisson chaude) à usage unique fournis pour consommation sur place ou à emporter (0,10\$).
Nappes à usage unique (0,25 \$).
Bols, assiettes, verres, tasses, coupes et ustensiles à usage unique vendus en paquets (0,50\$).

Cette décision de la Ville de Prévost a un impact direct sur les opérations des détaillants. Ceux-ci doivent prélever le montant sur la vente de ses produits et transmettre cette redevance perçue à la municipalité. Malgré de nombreuses rencontres pour expliquer les impacts sur le fonctionnement de ce système de taxation déguisée, la Ville a décidé de rejeter nos propositions et elle impose aux commerçants de gérer cette redevance depuis le 1^{er} juillet dernier.

Les Villes de Terrebonne et de Mascouche souhaitent également mettre en place un système similaire, mais avec plus de contenants visés. Nous discutons actuellement avec celles-ci pour leur démontrer l'incapacité opérationnelle en magasin.

Nous vous invitons à être attentifs dans vos municipalités. Si vous entendez dire que la vôtre veut intervenir sur le plastique, communiquez avec notre vice-président Affaires publiques, Stéphane Lacasse, par courriel à l'adresse slacasse@adaq.qc.ca ou par téléphone au 418 802-8778.



LE PUBLISAC : LES VILLES AGISSENT ! ▼

Au printemps dernier, la mairesse de Montréal, Valérie Plante, a annoncé qu'à partir de mai 2023, les résidents qui désirent recevoir le Publisac devront se doter d'un autocollant qui sera offert par la Ville. De plus, le sac de plastique sera remplacé par un sac en papier.

Transcontinental, qui produit et distribue le Publisac, a réagi rapidement à l'annonce de la mairesse en mentionnant que ce sera la fin du Publisac à Montréal en 2023. Pour l'entreprise, le opt-in serait non viable à cause de sa complexité et des coûts prohibitifs qu'il engendrerait.

En plus des circulaires, le Publisac contient également plusieurs journaux locaux, qui seront également menacés. Selon Métro Média, propriétaire des éditions numérique et papier du journal Métro et d'une vingtaine de journaux locaux, la mise en place de cette nouvelle réglementation met à risque une « *industrie de première importance* ».

À noter que c'est la Ville de Mirabel qui a passé un règlement, en 2019, pour interdire la distribution du Publisac et qui a proposé l'option du opt-in. Transcontinental avait contesté le règlement devant les tribunaux. Le 20 avril dernier, la Cour supérieure a rendu un jugement mentionnant que la Ville de Mirabel pouvait réglementer, sur son territoire, la distribution du Publisac. Le jugement mentionne :

Les activités de distribution des imprimés publicitaires (dont le Publisac) peuvent poursuivre leur cours dans le respect du choix des citoyens du territoire de Mirabel. Cette mesure (opt-in) apparaît au Tribunal raisonnable au regard des objectifs environnementaux légitimes de la Ville et de l'intérêt public.

Transcontinental fait appel du jugement de la Cour supérieure et l'entreprise a annoncé qu'elle mettait fin à la distribution du Publisac à Mirabel.

Comme les Villes ont un jugement favorable pour interdire la distribution massive sur le territoire et que Transcontinental n'ira pas distribuer avec l'option du *opt-in*, est-ce la fin d'un modèle d'affaires?

CONSIGNE ÉLARGIE ▼

Dans la dernière édition du RADAR, nous vous avons présenté un dossier complet sur le projet de règlement du gouvernement et sur les propositions que nous lui avons adressées pour que la modernisation de la consigne soit une réussite.

Nous avons continué, en collaboration avec les autres associations de détaillants (CCCD, AMDEQ, SAQ), à présenter notre projet de modélisation basé sur des points de retour dédiés (environ 1150) partout au Québec.

Le 22 juin dernier, le gouvernement du Québec a publié le règlement sur la consigne élargie. Selon le règlement publié, tous les détaillants de 375 m² (≈ 4 036 pi²) devront reprendre les contenants consignés, et ce, à partir du **1^{er} novembre 2023**. Cela ne concerne pas uniquement les détaillants alimentaires, mais tous les détaillants qui vendent des contenants consignés qui sont tenus de planifier leur récupération (épiceries, dépanneurs, pharmacies, SAQ, quincailleries, etc.). Le règlement prévoit que les détaillants peuvent se regrouper pour gérer un lieu commun de retour, mais sous l'approbation de l'organisme de gestion et avec des distances à respecter selon le nombre d'habitants par ville.

Le ministre de l'Environnement Benoit Charrette a fait un choix : imposer à tous les détaillants la récupération de millions de contenants, et ce, sans tenir compte de vos réalités opérationnelles, des coûts financiers et surtout, des impacts sur l'environnement en envoyant des milliers de camions supplémentaires sur les routes du Québec.

La réglementation dans sa forme actuelle comporte des lacunes préoccupantes, notamment le risque que des centaines de détaillants n'aient d'autre choix que de gérer manuellement les contenants dans leurs murs, contraints par des délais irréalistes. Rappelons que l'objectif du ministre est que 1500 de sites de retour soient déployés en à peine 16 prochains mois. Malheureusement, les projets pilotes qui testaient notamment les premiers sites dédiés efficaces de la province ont été démantelés alors que, dans quelques mois, il faudra les rebâtir. Nous continuons de croire que la seule solution viable réside dans des sites dédiés et automatisée, avec un modèle d'affaire durable, sans quoi le projet de réforme risque bien de frapper un mur à l'automne 2023.



ALCOOL

UNE CONSULTATION SUR LES BOISSONS ALCOOLIQUES ▼

Le 25 avril dernier, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne, a mandaté l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) et l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec (ITAQ) de coordonner une consultation qui a pour objectif de soutenir et de contribuer au rayonnement de la filière des boissons alcooliques. Cette consultation est présidée par Alain Brunet, ancien président et chef de la direction de la SAQ.

La consultation s'est déroulée principalement en juin dernier auprès des divers acteurs de la filière. À la suite de cette consultation, le comité doit remettre un rapport à la fin du mois d'août au ministère.

Lors de cette consultation, l'ADA a rappelé que les magasins d'alimentation sont des lieux propices pour rejoindre un grand nombre de consommateurs. Comme vous le savez, actuellement, notre offre de produits est limitée par les lois, les règlements et les permis en vigueur. Au cours des dernières années, nous avons sensibilisé les divers intervenants politiques sur le fait que nous serions en mesure d'élargir notre offre de produits et de permettre aux producteurs québécois d'avoir accès à d'autres lieux de commercialisation.

Nous avons proposé au comité de lancer un chantier entre l'industrie et le gouvernement sur la modernisation de la vente et de la distribution des boissons alcooliques au Québec. Il est temps, en 2022, de décroiser la filière, qui est concentrée, en grande partie, entre les mains d'une société d'État. En parallèle de cette consultation, nous avons rencontré la ministre déléguée à l'Économie, Lucie Lecours, pour lui faire part de notre réalité et de nos propositions.

VERS DES ÉLECTIONS GÉNÉRALES CET AUTOMNE ▼

Le 3 octobre prochain, les Québécois iront voter. Il y a quatre ans, la CAQ a réussi à briser une alternance du pouvoir de 40 ans entre le Parti québécois et le Parti libéral du Québec. Selon les derniers sondages, le gouvernement de François Legault se dirige facilement vers un 2^e mandat majoritaire.

Qui dit campagne électorale dit électorale dit, dit visite de candidats dans les commerces. Plusieurs candidats voudront échanger avec vous. Ils souhaiteront visiter votre magasin. C'est une belle occasion de leur rappeler certains enjeux.

Voici quelques exemples :

On ne veut pas récupérer les nouveaux contenants consignés dans nos magasins.

On a besoin de meilleures mesures pour retenir nos employés expérimentés.

On voudrait offrir plus de diversité de boissons alcooliques sur nos tablettes.

On aimerait des programmes mieux adaptés au secteur du détail alimentaire.

Il faut également les sensibiliser à l'importance des détaillants propriétaires dans leur comté. Trop souvent, les élus tiennent pour acquis qu'il y aura toujours un marché d'alimentation (épicerie, dépanneur, boucherie) à proximité de leurs citoyens. Notre industrie demeure fragile. Les marges bénéficiaires diminuent de plus en plus. Nos coûts d'opération ont explosé au cours des dernières années. La relève est difficile à maintenir pour les détaillants propriétaires. Le manque d'employés affecte directement notre offre de services. L'inflation et les changements climatiques risquent d'affecter l'approvisionnement alimentaire. Vous êtes les mieux placés pour leur faire comprendre votre réalité.

Si vous avez des questions sur les enjeux ou que vous avez une demande de rencontre, n'hésitez pas à communiquer avec notre vice-président Affaires publiques, Stéphane Lacasse, par téléphone au 418 802-8778 ou par courriel à l'adresse slacasse@adaq.qc.ca.



Source: Facebook de Lucie Lecours

AGROALIMENTAIRE

RENCONTRE ANNUELLE DES PARTENAIRES DE LA POLITIQUE BIOALIMENTAIRE ▼

La 3^e Rencontre annuelle des partenaires de la Politique bioalimentaire s'est déroulée le 19 mai dernier à Drummondville. Sous le thème *Pour une plus grande autonomie durable*, les participants ont pris connaissance du bilan et des résultats des actions de la dernière année.

Plusieurs vidéos sur des initiatives qui ont été faites dans le cadre de la Politique bioalimentaire y ont été diffusés. Le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* a été présenté via le partenariat entre le IGA Coaticook et la Boucherie Face de Bœuf dans le but de démontrer l'importance de créer des liens entre les détaillants et les fournisseurs. Cette vidéo est disponible sur nos différentes plateformes.

Les ministres de l'Environnement et de l'Économie étaient présents lors de la rencontre. Nous avons profité de cette opportunité pour leur rappeler que nous vivons actuellement une pénurie de main-d'œuvre importante et qu'ils doivent le considérer dans la modernisation de la consigne.

De plus, à quelques mois des élections provinciales, le ministre André Lamontagne a pris le temps de remercier les partenaires pour les quatre dernières années. Malgré la pandémie des deux dernières années, il a senti que l'industrie agroalimentaire a été en mesure de faire face aux intempéries. Il a souligné les efforts de l'ensemble des filières qui ont contribué à faire du secteur bioalimentaire un incontournable dans le développement économique du Québec. Il a également insisté sur le fait qu'il faut continuer à soutenir les initiatives qui favorisent l'achat local et l'autonomie alimentaire.

Ne sachant pas l'avenir, nous tenons à souligner le travail du ministre Lamontagne au cours de ce mandat. Il a toujours été présent et à l'écoute des enjeux des détaillants en alimentation. Il a sensibilisé ses collègues ministres à votre réalité et à vos défis opérationnels. Il a fait une grande place à l'ADA au sein du MAPAQ et auprès du gouvernement. Il a été un allié et nous le remercions pour ses quatre dernières années.

POLITIQUE

ALLÈGEMENT RÉGLEMENTAIRE ▼

Un projet de loi déposé, mais sitôt avorté

À la fin de la session parlementaire, la ministre déléguée à l'Économie, Lucie Lecours, a déposé un projet de loi modifiant diverses dispositions aux fins d'alléger le fardeau réglementaire et administratif. Dans ce projet de loi, on y retrouve plusieurs mesures concernant les règles relatives aux boissons alcooliques, dont la suppression de l'article du règlement sur la promotion qui mentionne que les dégustations en magasin doivent être réalisées par un fabricant ou une personne indépendante.

Le projet de loi mentionne également que les municipalités pourront prévoir des heures et des jours d'admission différents de ceux déterminés par le règlement provincial. Cette partie du projet de loi nous inquiète, car il y a des municipalités qui pourraient décider de fermer les commerces le dimanche ou encore, fermer des commerces à 18h00. Actuellement, il existe certaines règles pour les événements spéciaux dans les municipalités. Il faudrait que le projet de loi limite à certaines activités, la modification des heures d'admission dans les commerces.

Cependant, ce projet de loi n'a pas été adopté par les parlementaires avant la fin de la session. À la suite des élections, il faudra que le gouvernement redépose le projet de loi, qu'il prévoit des consultations particulières, qu'il fasse adopter les principes du projet, que le projet soit étudié en commission parlementaire et qu'il soit adopté par le parlement. À court terme, il n'aura aucun changement dans vos opérations (dégustations et heures d'ouverture). Nous allons vous tenir au courant, au cours de l'automne, si le projet de loi revient à l'Assemblée nationale.

Un rapport intéressant, mais limité

Dans le cadre de politique d'allègement réglementaire pour le commerce de détail, le gouvernement avait annoncé un projet pilote d'allègement pour les dépanneurs. L'objectif était d'identifier pour le secteur des dépanneurs, des mesures pour réduire le fardeau administratif des entreprises. L'automne dernier, après un an de silence radio, le gouvernement avait mandaté la firme AppEco de préparer un rapport d'analyse et de faire des recommandations au gouvernement.

Le rapport a été présenté en juin au comité de suivi de la politique d'allègement. Il propose 12 mesures à mettre en place, dont le renouvellement des permis, sur un site unique transactionnel, l'élimination de plus d'une centaine de doublons et l'obligation d'installer des modules de gestion électronique des stocks et des fuites.

Sur les 12 mesures, uniquement 4 mesures ont été retenues par les ministères et organismes :

Gestion électronique des stocks et des fuites.

Élimination des permis de location vidéo.

Non-transmission du certificat d'assurance propane.

Transmission électronique du permis d'alcool.

Lors de la présentation au comité, l'ADA a rappelé la nécessité que le gouvernement rendre obligatoire l'adhésion à tous les ministères et organismes à la Zone entreprise. Sans cette obligation, les entreprises devront continuellement remplir des formulaires à divers endroits. C'est la première mesure à mettre en place, mais il faudra du courage politique pour s'assurer que cela puisse se réaliser.

Vous appréciez notre travail?

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



CONTACTEZ-NOUS

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

COORDONNÉES

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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



Détailants de cœur

*Loto-Québec étend son programme de philanthropie
à son réseau de détaillants*

Loto-Québec continue sur la lancée de son programme *On gagne à redonner*, qui vise à encourager la philanthropie et le soutien aux organismes communautaires québécois.

Après le succès du premier volet du programme, la loterie Loto-o-suivant dont la première édition a été lancée l'automne dernier, Loto-Québec a annoncé le démarrage d'un volet annuel à l'intention exclusive des marchands de loterie, appelé Détailants de cœur.

À compter de septembre 2022, tout détaillant actif de Loto-Québec pourra soumettre la candidature d'un OBNL qu'il soutient, que ce soit financièrement, via une aide matérielle ou en favorisant le bénévolat dans ses activités. À la fin de la période d'inscription, un tirage sera effectué parmi toutes les candidatures valides reçues et un organisme par région administrative du Québec recevra un don de 5 000 \$ au nom du détaillant gagnant.

C'est plus de 85 000 \$ qui seront remis aux organismes que vous soutenez. Voilà une belle occasion de faire rayonner vos valeurs communautaires et votre participation à l'économie locale!

Inscriptions : septembre 2022

**Détails disponibles en magasin, auprès
de votre entrepreneur en commercialisation!**



LOTOQUEBEC.COM



66^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

**4, 5 ET 6 NOVEMBRE 2022,
HILTON LAC-LEAMY,
GATINEAU**

UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER !

Cette année, rencontrons-nous tous au Hilton Lac-Leamy de Gatineau afin d'échanger de nouveau sous le même toit ! Vous retrouverez des activités et des conférences pertinentes dès le vendredi après-midi.

Le congrès de l'ADA est un moment important de l'année, car il permet de se retrouver pour échanger sur les nouvelles réalités de notre industrie, d'apprendre de ses compères, en plus de découvrir de nouveaux produits et de nouvelles façons de faire. Ne manquez pas ce rendez-vous unique, qui rassemble un grand nombre de fournisseurs et détaillants !

PROGRAMME PRÉLIMINAIRE*

VENDREDI

**ATELIER ET
CONFÉRENCES
SUR LES
TENDANCES
ALIMENTAIRES**

**DOSSIERS
POLITIQUES**

CONCOURS



DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

Les quatre partenariats gagnants du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* seront honorés lors du congrès. Animation par **Dany St-Pierre**.

SAMEDI

AGA

CONFÉRENCES



**DÉFI DES
FOURNISSEURS**

TEMPLE DE LA RENOMMÉE
(détaillants et fournisseur)

DIMANCHE

**SPECTACLE
HUMORISTIQUE**



TEMPLE DE LA RENOMMÉE

Chaque année, l'ADA organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître le travail des bâtisseurs de l'industrie alimentaire. Soirée animée par Mélanie Maynard, on vous donne rendez-vous le samedi pour leur rendre hommage de manière mémorable! Voici nos **deux de nos cinq intronisés** cette année :



Mélanie Maynard
Animatrice

VOLET FOURNISSEUR



Pierre Rivard
Groupe St-Hubert
Laval

VOLET DÉTAILLANT



Sylvain Boulianne
Alimentation Sylvain Boulianne inc.
Laval

ASSEMBLÉE ANNUELLE

AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES DÉTAILLANTS

Cher membre détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. Michel Dépatie, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres détaillants de l'ADA, qui aura lieu dans le cadre du 66^e congrès annuel de l'Association, le samedi 5 novembre 2022 au Hilton Lac-Leamy.

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

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

Je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

Éric Courtemanche Baril

Secrétaire de l'ADA (Tradition Courtemanche Baril)

RÉSOLUTION SOUMISE

Sujet : _____
Attendu que : _____
Attendu que : _____
Attendu que : _____
Il est proposé que : _____

Commerce : _____
N° de membre : _____
N° téléphone : _____
Courriel : _____
Signature du proposeur : _____

RÉSOLUTION SOUMISE

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

Nom	Commerce	Ville
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Commerce : _____
N° de membre : _____
N° téléphone : _____
Courriel : _____
Signature du proposeur : _____

POUR RETOURNER CE FORMULAIRE :

Par télécopieur : (514) 849-3021

Par courriel : plegault@adaq.qc.ca

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

66^e

TYPES D'INSCRIPTION¹

Coûts inscription (avant et après le 4 octobre / + taxes)

Détaillant				
	Membre*		Non-membre	
	Avant	Après	Avant	Après
☐ Dépanneur	500 \$	700 \$	600 \$	900 \$
☐ Épicerie (– de 10 000 p ²)	700 \$	900 \$	800 \$	1 100 \$
☐ Épicerie (+ de 10 000 p ²)	900 \$	1 100 \$	1 000 \$	1 300 \$

Fournisseur / Distributeur			
Avant		Après	
☐ Membres*	1 690 \$	Membres*	1 950 \$
☐ Non-membres	2 150 \$	Non-membres	2 400 \$

*Cotisation payée

Le coût est pour une personne et son conjoint ou sa conjointe

Coûts inscription à la carte (+ taxes)

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

COMMANDITES²

Liste des commandites disponibles

Commandites	Coûts
☐ Soirée temple de la renommée (Samedi)	15 000 \$
☐ Soirée d'ouverture (Vendredi)	10 000 \$
☐ Spectacle de clôture (Dimanche)	3 000 \$
☐ Sac des congressistes (Exclusive)	RÉSERVÉ
☐ Table d'accréditation (Exclusive)	RÉSERVÉ
☐ Déjeuner (Samedi)	3 000 \$
☐ Déjeuner (Dimanche)	3 000 \$
☐ Combo déjeuner (2 jours)	4 800 \$
☐ Dîner (Samedi)	3 000 \$
☐ Cocktail (Vendredi)	3 500 \$
☐ Cocktail (Samedi)	3 500 \$
☐ Combo cocktail	5 500 \$
☐ Conférences (Vendredi)	3 000 \$
☐ Conférence (Samedi)	2 000 \$
☐ Pause santé	2 000 \$
☐ Kiosque promo	1 500 \$ + tx
☐ L'insertion	500 \$

ANNULATION : Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 21 octobre afin de recevoir un remboursement complet, moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus, par délégué(e). Aucun remboursement après le 25 octobre; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 31 octobre.

CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

FORMULAIRE

Renseignements généraux

Entreprise : _____
 Nom et prénom (délégué(e)) : _____
 Nom et prénom (conjoint(e)) : _____
 Adresse : _____
 Ville : _____
 Province : _____ Code postal : _____
 Téléphone : _____ Cellulaire : _____
 Courriel : _____

Allergie alimentaire (si oui, précisez)

☐ Oui ☐ Non

Nom et prénom #1 : _____
 Type d'allergie : _____
 Nom et prénom #2 : _____
 Type d'allergie : _____

Paiement

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Envoyez-moi une facture

Nom du détenteur : _____
 N° de carte : _____
 Date d'expiration : _____
 Signature : _____

IMPORTANT !

Réservation des chambres : Afin de bénéficier d'un tarif préférentiel à partir de 225\$, et surtout pour nous éviter des frais additionnels, merci d'utiliser notre code d'événement au moment d'effectuer la réservation de votre chambre.

Sans frais: 1-866-488-7888 et mentionnez faire partie du groupe RNG

Réserver en ligne: bit.ly/3QTgdFI

Code de réservation: RNG

POUR RETOURNER CE FORMULAIRE :

Par télécopieur : (514) 849-3021

Par courriel : sarchambault@adaq.qc.ca

ANNULATION : Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 21 octobre afin de recevoir un remboursement complet, moins les frais encourus par l'ADA, s'il y a lieu. Aucun remboursement après le 25 octobre et, sauf exception, les substitutions ne sont pas acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que la réservation soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 31 octobre.

DE RETOUR
CETTE ANNÉE.



DÉFIS DES FOURNISSEURS ADA

5 NOVEMBRE 2022 | HILTON LAC-LEAMY — GATINEAU

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

À GAGNER

L'entreprise gagnante méritera les éléments suivants :

- Remise de prix devant l'ensemble des acteurs de l'industrie réunis le 5 novembre 2022, dans le cadre du congrès de l'ADA;
- Un portrait publié dans l'une des éditions 2023 du magazine *RADAR*. Il s'agit du seul magazine québécois s'adressant spécifiquement aux détaillants en alimentation;
- Un espace à l'intérieur du kiosque de l'ADA lors du SIAL Canada;
- Un espace de kiosque promotionnel lors de l'édition 2023 du congrès de l'ADA, qui aura lieu du 2 au 5 novembre 2023 à Charlevoix.

CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ

Toute entreprise ayant un produit ou un service à offrir aux détaillants en alimentation peut, à priori, participer au Défi des fournisseurs ADA. De plus, l'entreprise souhaitant participer au défi doit :

- Être membre de l'ADA et avoir payé sa cotisation pour l'année en cours;
- Avoir développé et commercialisé l'innovation entre le 17 novembre 2021 et le 5 novembre 2022;
- Présenter un produit ou un service accessible au Québec. Si ce n'est pas le cas, qu'il le soit dans un avenir rapproché;
- Avoir acheminé son formulaire d'inscription avant le 3 octobre 2022 à 17 h à l'adresse suivante : sarchambault@adaq.qc.ca

DATES IMPORTANTES

20 JUIN
Début des inscriptions

3 OCTOBRE
Fin des inscriptions

13 OCTOBRE
Dévoilement des
entreprises retenues

5 NOVEMBRE
Exposition et dévoilement
du grand gagnant

QUESTIONS ?

Stéfany Archambault
sarchambault@adaq.qc.ca
514 982-0104 #237

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

adaq.qc.ca/event/defidesfournisseurs



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

CSMOCA

ABONDANCE DE BIÈRES DE MICROBRASSERIE - COMMENT CHOISIR ?



**ÉPATEZ FAMILLES ET AMIS
AU PROCHAIN BBQ!**

AVEC LE DÉPLIANT CHOISIR LA BONNE BIÈRE

Avec ce seul feuillet vous pourrez :

- Reconnaître ce qui caractérise les différentes bières
- Accorder les bières et les mets
- Préparer une dégustation de bières hors du commun



Un outil INDISPENSABLE offert SANS FRAIS!

Vous pouvez le télécharger en format **AFFICHE** pour votre magasin ou **FEUILLET** pour vos employés ou vos clients. Imprimez-le directement ou passez chez l'imprimeur pour une finition professionnelle!

CSMOCA

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



Visitez le csmoca.org et suivez-nous sur les réseaux sociaux !

Contact : info@csmoca.org | 514 499-1598





Quoi de mieux qu'une bonne bière de microbrasserie pour accompagner vos barbecues entre amis et en famille ? Vous voulez surprendre vos clients, vos employés ou même votre entourage par vos connaissances sur les accords mets et bières ? Quel que soit l'accompagnement souhaité, notre affiche Choisir la bonne bière est l'outil idéal. Sans frais, vous pouvez la télécharger directement ou l'imprimer chez vous ou chez l'imprimeur pour une meilleure résolution.

CHOISIR LA BONNE BIÈRE – TABLEAUX DES STYLES ET DES ACCORDS

La demande pour la bière de microbrasserie continue de gagner en popularité, ce n'est cependant pas évident pour les consommateurs de se retrouver dans cet univers qui offre mille et une possibilités. Le document Choisir la bonne bière est l'outil par excellence pour les orienter dans leurs choix ! Les tableaux des styles et des accords vous aideront à reconnaître ce qui caractérise les bières, à bien les accorder avec les mets et à être en mesure de proposer une dégustation de bières hors du commun !

L'outil présente en un coup d'œil toute l'information nécessaire sur les bières, qu'elles soient blanches, blondes, rousses et brunes ou brunes et noires ! Pour chaque grande famille, vous découvrirez leur niveau d'intensité, leur amertume ou leur goût particulier, mais également une proposition d'accords bières et mets réussis ! Cette mine d'informations vous offre la possibilité de mettre en place de nombreuses promotions croisées dans votre commerce !

FORMATS AFFICHE ET FEUILLET

Pour nous assurer de répondre à vos attentes, il vous est possible de télécharger le document en format AFFICHE pour votre magasin ou en FEUILLET pour vos employés ou vos clients. Imprimez-les directement de votre commerce ou passez chez l'imprimeur pour une finition professionnelle !

Et pour que vos employés répondent de manière encore plus efficace aux attentes de vos clients, découvrez le parcours de formation Démystifier la bière de microbrasserie et inscrivez-y vos employés.



Charlotte Pigeon
Chargée des communications
cpigeon@csmo.ca

conseils de sécurité d'été de **HED** | Courtier en Assurance

Le nombre de réclamations en raison de chutes a bondi au cours des dix dernières années, tout comme le montant des règlements. Les chutes sont la principale cause de blessure chez les clients (plus de 70 %).

Façons de prévenir les chutes

- Planifier un entretien régulier des planchers.
- Utiliser des produits de nettoyage approuvés pour éviter de rendre les planchers glissants.
- Laver et polir les planchers lorsque le magasin est fermé. Si le magasin est ouvert, fermer l'allée et placer des panneaux.
- Ne pas laisser l'eau s'accumuler près des entrées ou devant les étagères de fruits et de légumes.
- Retirer les panneaux d'avertissement seulement lorsque le plancher est complètement sec.

Pour plus d'informations, visitez
HEDinc.com ou appelez-nous au
1-800-363-9538

VANCOUVER

AU ROYAUME DES DÉPÔTS

VISITES À VANCOUVER

Dans le cadre du Grocery & Specialty Food West Show à Vancouver, deux administrateurs de l'ADA ont profité de l'occasion pour se familiariser avec le système britanno-colombien de consigne. Identifié comme le modèle à suivre au Canada, nous étions curieux de voir de nos yeux en quoi ce modèle peut nous aider à faire face aux défis de la consigne modernisée québécoise, dont on attend les derniers détails avec l'édiction des règlements finaux. Nous avons été accueillis dans leurs locaux par l'équipe d'Encorp Pacific, un des organismes de gestion désignés de la province.

ÉTAT DES LIEUX

Le système repose sur la responsabilité élargie des producteurs (REP) qui fixent la plupart des critères d'opération. Il y a différents types de points de retour en fonction des produits et des matières pour les boissons alcooliques et non alcooliques.

Le système de consigne en Colombie-Britannique dispose de bien peu d'automatisation, les contenants sont généralement collectés et transportés sans être écrasés. En juillet 2020, Encorp Pacific a lancé un programme pilote dans quelques dépôts qui permettra aux clients de retourner tous leurs contenants de boissons en aluminium sans avoir à les trier. Actuellement, les clients doivent séparer leurs canettes d'alcool de celles qui ne le sont pas, car le matériau est géré par deux agences différentes. C'est une source de frustration importante pour les utilisateurs.

RÔLE DES DÉTAILLANTS

Si les détaillants ont déjà eu un rôle prépondérant par le passé, il est aujourd'hui très marginal, selon les données d'Encorp Pacific. Seulement 3 % des contenants retournés dans la province l'ont été dans des commerces visés par l'obligation de reprise.

Les gens d'Encorp nous expliquent qu'ils ne misent pas sur la coercition. Ils mettent plutôt l'ensemble de leur énergie sur la qualité de la desserte aux consommateurs et à leurs partenaires exploitant des lieux de retour de contenants.

Les consommateurs préfèrent majoritairement les sites dédiés, stratégiquement positionnés un peu partout sur le territoire, des dépôts exploités par des entrepreneurs privés qui ont à cœur la réussite de leur petite entreprise. On évite d'implanter deux sites concurrents dans un même territoire donné afin de ne pas nuire à leur rentabilité. D'ailleurs, leur rémunération peut varier en fonction de la réalité des sites.

YALETOWN RETURN-IT EXPRESS DEPOT



Premier arrêt sur notre route, un site urbain parmi les tours à condo de Vancouver. Nous rejoignons Krystin Beck, responsable de l'assurance qualité pour Encorp Pacific, dans ce site qui ne permet que le dépôt « express » de sacs de contenants pêle-mêle.

Il s'agit d'un tout petit kiosque de quelques mètres carrés où les Vancouverois viennent déposer des sacs pêle-mêle dans des bacs roulants. L'espace d'entreposage, derrière un mur, où sont entassés les bacs, est plus important. Le site était en rénovation, mais on a quand même eu droit à un petit tour du propriétaire et pu voir l'interaction avec quelques clients.

Une cliente a su imprimer son étiquette seule à l'aide de l'écran tactile et remettre son sac, mais un homme âgé a préféré remettre à plus tard le retour de ses contenants dans un autre site où l'on pourrait le servir et surtout le rembourser en argent. Les clients des sites dits express seront remboursés plus tard, une fois les contenants dénombrés dans un entrepôt d'Encorp Pacific, à l'aide de l'information sur l'étiquette, l'argent de leurs consignes leur sera versé sur la plateforme informatique où ils se sont préalablement enregistrés.

Les sacs sont déposés dans des bacs roulants, non compressés ou triés, et récupérés au moins une fois par jour faute de plus d'espace d'entreposage. Le site nécessite également un employé en tout temps même s'il y a de longs temps morts sans clients.

Encorp envisage d'ouvrir plus de ce type de dépôt à l'avenir, bien plus facile à implanter et capable de récupérer jusqu'à 2 millions de contenants annuellement. Il reste toujours des secteurs mal desservis de par la difficulté à trouver des locaux vacants à des coûts raisonnables et le faible appétit dans certains quartiers pour ce genre de service, considéré dérangeant par certains résidents.

On retient : Un concept pratique, mais qui nécessiterait de l'automatisation de tri et de compression pour limiter l'espace nécessaire et le nombre de collectes.

MOUNT PLEASANT RETURN-IT DEPOT



Nous visitons un site traditionnel de dépôt manuel tel qu'on en retrouve un peu partout dans la province. Dès le seuil de la porte passé, nous avons un certain choc par rapport à nos standards alimentaires. C'est bien tenu, mais quand même un peu étrange de découvrir une sorte d'entrepôt écocentre ouvert au cœur d'une rue commerciale. Ça fourmille d'action, de la zone client à l'avant à la zone d'entreposage derrière, visible au public. Tout est ouvert de part en part. Deux options s'offrent aux clients, soit de passer par un écran tactile pour déposer un sac mixte dans le modèle express (comme Yaletown) ou encore de trier leurs contenants sur des tables en acier inoxydable avant de les remettre à un commis. Ces derniers décomptent les contenants, remboursent le client, puis disposent des contenants à la vitesse de l'éclair dans de larges sacs carrés rigides, qui, une fois pleins, seront empilés dans la zone d'entreposage.

Ce site est, de l'aveu de M^{me} Beck, un des plus performants parmi les comparables avec près de 10 millions de contenants de boissons manutentionnés annuellement. Ce n'est pas tout, les petits électroménagers et les électroniques peuvent aussi y être déposés. Ne disposant pas de matériel de compression, tous les contenants poursuivront leur chemin entiers. Lors de notre passage, un mardi après-midi, il y avait 6 employés, en plus du gestionnaire, et l'entrepôt allait nécessiter une collecte assez rapidement. On nous dit que l'été, les odeurs peuvent être un enjeu, mais le site semble bien tenu. Les loyers à Vancouver sont dispendieux, mais le gestionnaire nous expliquait obtenir plus de frais de manutention que la moyenne en fonction de sa performance et pouvoir composer avec ses coûts d'opération élevés.

On retient : Un site dédié bien rodé qui permet de servir rapidement beaucoup de volume et même plus que les contenants consignés uniquement, mais on ne voit tout simplement pas comment on pourrait trouver autant de main-d'œuvre. Encore l'automatisation à la clé.

ENCORP QUALITY ASSURANCE AND COUNT CENTRE



Dernier arrêt de cette brève tournée, cette fois dans une zone industrielle, nous nous rendons au site d'audit des contenants d'Encorp Pacific. C'est ici que sont finalement triés et comptés les contenants de sites comme celui de Yaletown. Les contenants seront également compactés sur une ligne de tri commerciale du fabricant Tomra, semblable à celle que l'on retrouvait dans le projet pilote du IGA St-Pierre de Granby. Il y avait une autre ligne d'un autre fabricant, mais elle n'était pas en marche opération puisqu'elle était brisée.

Il y a des centaines de sacs de contenants en attente d'audit et de compression. À l'autre extrémité de l'immense entrepôt se retrouvent des centaines de ballots de matières en attente de transport vers des usines de l'Ouest canadien ou américain. De par la quantité de matières présentes dans ces montagnes de résidus de liquide sucré, il y a évidemment des nuisances. Avec l'entrée en vigueur récente d'une consigne sur les breuvages laitiers, il semble que les rongeurs sont friands de la couche interne gorgée de liquide. Pas une surprise vraiment, mais néanmoins une bonne raison de s'en départir rapidement et de ne pas les accumuler indûment.

Nous tenons à remercier Krystin Beck et toute l'équipe d'Encorp Pacific d'avoir rendu ces visites possibles.

SIAL

L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

Canada

19^e édition du SIAL Canada à Montréal : retour sur le succès de 2022!

La 19^e édition du SIAL Canada s'étant tenue du 20 au 22 avril au Palais des Congrès de Montréal, a fermé ses portes sur une édition pleine de succès. SIAL Canada, malgré les deux années de pandémie, s'impose une fois de plus comme le rendez-vous incontournable de l'industrie agroalimentaire au pays.



Discours d'André Lamontagne, Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec lors de la cérémonie d'ouverture du SIAL Canada 2022.

Un retour attendu et réussi !

Avec 809 exposants et marques provenant de 49 pays répartis sur une superficie de 220 000 pieds carrés et près de 15 000 visiteurs professionnels venus de 57 pays, cette édition du SIAL Canada a été une nouvelle fois couronnée de succès tant sur la variété de l'offre commerciale que sur la qualité du visitorat. Selon M. Xavier Poncin, directeur général du SIAL Canada, cette édition 2022 confirme l'importance de ce rendez-vous comme source d'inspiration de toute l'industrie nord américaine, la meilleure des plateformes pour faire des affaires.





SIAL BALADO, UNE NOUVEAUTÉ 2022

Inédit au SIAL Canada, la 19^e édition du salon a su mettre de l'avant un espace dédié à la réalisation de balados, animés par The Food Professor, Dr Sylvain Charlebois, directeur principal du laboratoire d'analyse agroalimentaire de l'université Dalhousie à Halifax, et Michael LeBlanc, The Voice of Retail.

Les deux professionnels ont dialogué avec des exposants et lauréats de concours, venus des provinces de l'Atlantique, du Québec, de l'Ontario, de la Saskatchewan, de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, mais aussi, de la Pologne et de l'Italie.

Les discussions ont porté sur divers sujets tels que la popularité des protéines végétales, des huiles d'olive, du vinaigre, de salubrité des aliments, des tendances dans le domaine des fromages, du surcyclage (upcycling) et des nouveaux systèmes de réfrigération verts pour les épiciers.



SIAL INNOVATION

C'est au premier jour du Salon, sur l'espace SIAL Innovation, que s'est tenu le dévoilement des trois grands gagnants Innovation ainsi que la remise du prix spécial Développement Durable sous les yeux de la presse et des visiteurs. Au total, c'est plus de 40 candidatures qui ont été déposées cette année. Nous tenons à remercier tous les participants et à féliciter les 10 finalistes pour leurs remarquables innovations.



CONCOURS INTERNATIONAL DE FROMAGES

Fort de son succès en 2019 à Toronto, ce concours spécialement dédié aux fromages était le premier du genre à Montréal avec l'ajout d'une catégorie Fromage en grain frais du jour, pour mettre en valeur la province de Québec! Le jury constitué de 13 professionnels de l'industrie fromagère a évalué près de 150 fromages venant de 10 pays à travers 20 catégories.



PITCH COMPETITION

Le très attendu concours de la Pitch Compétition a mis de l'avant plus de 15 participants du Village des Start-Up commandité par la Ville de Montréal. Un format innovant, où s'affrontent des entreprises en démarrage qui ont 3 minutes pour séduire le jury selon deux catégories : Produits Alimentaire & Boisson et Technologie & Service.

Retrouvez tous les gagnants et les événements SIAL Canada sur sialcanada.com



À L'ANNÉE PROCHAINE !

Toute l'équipe du SIAL Canada félicite et remercie chacun des participants qui ont fait de ce salon une réussite à tous les niveaux ! Nous vous donnons rendez-vous l'année prochaine pour la 20^e édition du SIAL Canada à l'Enercare Centre de Toronto.

Notez d'ores et déjà ces dates à votre agenda:

9 au 11 mai 2023 !

VOUS SOUHAITEZ EXPOSER ?



Rejoignez tous les acteurs majeurs de l'industrie tout en restant à la pointe de l'innovation. Bénéficiez d'une visibilité exceptionnelle pour votre marque !

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE COMMERCIALE

Audrey Javieze

Responsable des ventes fidélisation
+1 (438) 476-2224
ajavieze@expocanadafrance.com

Mélissa Charbonneau

Responsable des ventes développement
+1 (438) 476-2232
mcharbonneau@expocanadafrance.com

ATE+

Programme ATE+ Boucherie 2022-2023

Depuis trois ans, le programme ATE+ Boucherie a le vent dans les voiles. Ayant débuté par une cohorte à Trois-Rivières, cette formation de 900 heures entièrement rémunérée sera disponible dans 10 centres de formation au Québec à partir de septembre 2022. Cela inclut 360 heures de stage en magasin, ce qui permet un développement de compétences avec la culture de l'entreprise et une meilleure rétention.



Voici les différentes villes qui offrent le programme ATE+ :



Trois-Rivières

Début en septembre 2019

3 cohortes de complétées

47 finissants

4^e cohorte : septembre 2022



Cowansville

Début en septembre 2020

1 cohorte de complétée

1 cohorte en cours

52 finissants

3^e cohorte : septembre 2022



Jonquière

Début en septembre 2020

2 cohortes de complétées

35 finissants

3^e cohorte : septembre 2022

Sherbrooke

Début en septembre 2020

2 cohortes de complétées

32 finissants

3^e cohorte : septembre 2022

Québec

Début en septembre 2020

1 cohorte de complétée

1 cohorte en cours

18 finissants

3^e cohorte : septembre 2022

Joliette

Début en avril 2021

2 cohortes de complétées

18 finissants

3^e cohorte : septembre 2022

Longueuil

Début en septembre 2021

1 cohorte de complétée

1 cohorte en cours

15 finissants

3^e cohorte : septembre 2022

Montréal

NOUVEAU

Commence en septembre 2022

Objectif : 20 inscriptions

Gatineau

NOUVEAU

Commence en septembre 2022

Objectif : 18 inscriptions

Valleyfield

NOUVEAU

Commence en octobre 2022

Objectif : 16 inscriptions

Pour plus d'informations sur le programme, contactez :

Daniel Choquette

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



Pour le transfert de votre entreprise, on est là.

À l'aide de notre équipe d'experts en transfert d'entreprise, bénéficiez d'un accompagnement complet et des conseils qu'il vous faut pour la planification de votre projet de relève, mais aussi la gestion de votre nouveau patrimoine.

Prenez contact avec l'un de nos experts et partagez-nous votre projet!

bnc.ca/franchises



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

Disponible également au adaq.qc.ca/espacebalado



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

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



Suivez-nous sur :



adaq.qc.ca/espacebalado

Appellation *biologique*

Comment s'y retrouver?

Mythe

Pour découper un saumon biologique en filets et l'emballer ensuite, je n'ai pas besoin d'une certification pour le revendre comme étant bio!

Vérité

Comme on crée ici un nouveau sous-produit, il faut que cette opération soit certifiée pour que les normes de production biologique soient respectées et que l'on puisse ainsi vendre les filets de saumon comme étant bio.

Mythe

Les règles d'identification des produits biologiques, ça ne concerne que les étiquettes et les emballages!

Vérité

Ces règles concernent en fait toutes les formes de présentation des produits. Des étiquettes et emballages jusqu'au réseaux sociaux en passant par l'affichage en magasin.

Des questions sur la réglementation bio?

Consultez notre nouveau guide destiné aux détaillants
au cartv.gouv.qc.ca



**CONSEIL DES
APPELLATIONS**
RÉSERVÉES ET DES TERMES VALORISANTS

58^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



Pour une deuxième fois en moins d'un an, le tournoi de golf annuel de l'ADA a eulieu, le 30 mai dernier. Pour faire contraste avec le golf pluvieux de septembre dernier, le soleil et la chaleur étaient au rendez-vous, en plus de la bonne humeur des participants. Pour cette nouvelle édition, plus de 230 détaillants, fournisseurs et partenaires ont profité de cette occasion pour rencontrer de nouveaux partenaires et discuter au magnifique club de golf Elm Ridge.

L'équipe de l'ADA vous dit merci d'avoir été des nôtres et d'avoir contribué au succès de notre événement. On se donne rendez-vous sur le terrain lors de notre prochain tournoi, au printemps 2023.



MERCI À NOS
PARTENAIRES

COMMANDITAIRE PRINCIPAL



COMMANDITAIRES ASSOCIÉS





COMMANDITAIRES OR



..... LES SERVICES
SAO ALIMENTATION



COMMANDITAIRES ARGENT



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.



UN NOUVEAU CONSEIL D'ADMINISTRATION AU BASSIN LAURENTIEN

En mai dernier, l'Association des Épiciers du Bassin Laurentien a dévoilé la composition de son nouveau conseil d'administration pour les trois prochaines années. Celui-ci sera sous la présidence de Jean Martin, propriétaire du IGA Extra Jean Martin de Saint-Jérôme. Il succède ainsi à Luc Daigle, en poste depuis 2017.

Le reste de l'exécutif est composé de Christian Jasmin (vice-président), de René Couture (1^{er} vice-président), de Dominic Arsenault (2^e vice-président), de Suzanne Corriveau (secrétaire-trésorière), de Bruno Lambert, de Daniel Vallée, de Luc Daigle et d'une quinzaine d'autres administrateurs.



CONVIVIO OBTIENT LE PRIX MERCURE POUR SON ENGAGEMENT DANS LA COLLECTIVITÉ

La coopérative de consommateurs Convivio a remporté le prix Mercure pour l'engagement dans la collectivité, volet grande entreprise. Fondée en 1938, la coopérative est un regroupement démocratique qui contribue à l'économie locale et qui profite à toute la collectivité. Celle-ci appartient à près de 20 000 membres et emploie 598 personnes.

Particulièrement engagée auprès de la jeunesse, du communautaire, de la culture et du sport, elle laisse le soin à ses membres de décider quels organismes elle soutiendra, puisque la communauté elle-même sait mieux que quiconque quels besoins sont les plus pressants.

La soirée gala de la 42^e édition du concours Les Mercuriades s'est déroulée le 2 mai dernier au Palais des congrès de Montréal.

L'INDUSTRIE



NUTRINOR INVESTIT 10,2 MILLIONS DANS SON USINE D'ALMA

La coopérative régionale Nutrinor investit 10,2 millions de dollars à son usine d'Alma de l'avenue Bombardier. Cet investissement va permettre de concentrer ses activités de transformation de viande de porc dans son usine du parc industriel de la ville. L'entreprise fermera ses installations du secteur de Saint-Cœur-de-Marie d'ici l'automne 2023.

« C'est un projet majeur pour l'avenir de notre secteur des viandes, qui est au carrefour de trois grands enjeux : la pénurie de main-d'œuvre, le virage numérique (automatisation) et la transition énergétique », a indiqué Yves Girard, chef de la direction de la coopérative.

L'investissement de Nutrinor permettra d'accroître la production de porc avec l'ajout de nouvelles salles pour la transformation du porc. L'entreprise entend déplacer la vingtaine d'employés à sa nouvelle usine qui sera plus grande. Elle prévoit également automatiser davantage sa production et améliorer son bilan énergétique, notamment en diminuant le transport entre ses installations.

Rappelons que la pénurie de main-d'œuvre est un enjeu majeur dans l'industrie qui affecte la coopérative. Celle-ci a dû fermer la charcuterie Perron de Saint-Prime il y a quelques mois.



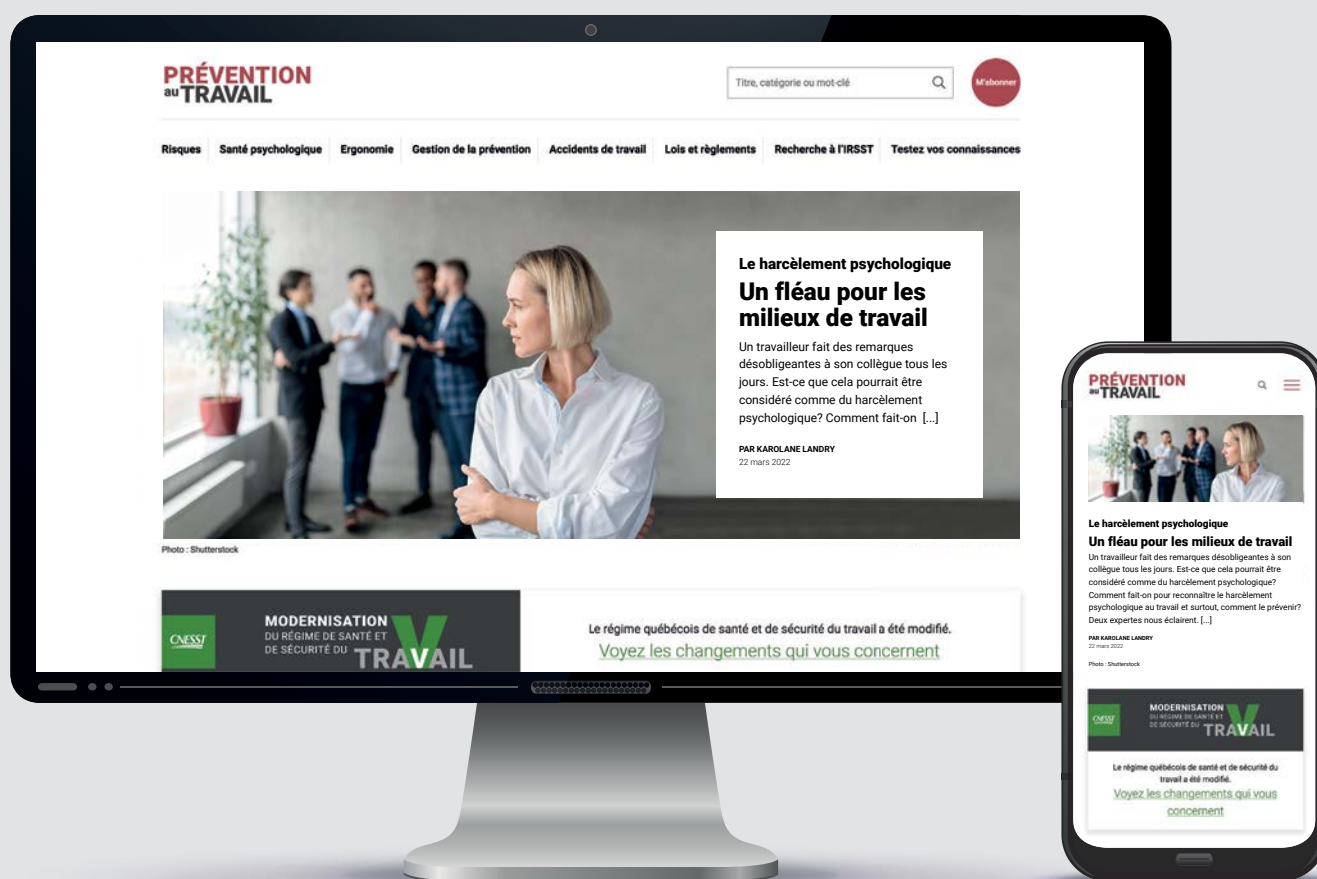
ALIMENTATION COUCHE-TARD EST INTÉRESSÉE PAR LE GÉANT BRITANNIQUE EG GROUP

Selon le *Wall Street Journal*, l'entreprise Alimentation Couche-Tard pourrait bientôt réaliser la plus importante acquisition de son histoire. Le fleuron québécois de commerces de proximité est en discussion depuis quelques mois avec le détaillant britannique EG Group. Toujours d'après le média américain, la société fusionnée conserverait son siège social à Laval.

En combinant les actifs des deux entreprises, cela regrouperait les stations-service BP, les cafés Starbucks en bord de route, les dépanneurs Circle K et Couche-Tard, les épiceries Cumberland Farms et d'autres enseignes. Pour l'entreprise québécoise, cela ferait tripler le nombre de commerces qu'elle exploite et ouvrirait son réseau au Royaume-Uni, en Europe de l'Ouest et en Australie, en plus de ce qu'elle possède déjà en Amérique du Nord et ailleurs.

Pour le moment, il n'y a aucune garantie que les pourparlers aboutissent à un accord.

Le site Web du magazine **Prévention au travail** a fait peau neuve!



NOUVEAUTÉS

- Contenus exclusifs
- Articles regroupés par sujets
- Moteur de recherche amélioré
- Design adaptatif

Visitez le nouveau **preventionautravail.com** et abonnez-vous à l'infolettre.

Publié par la CNESST et l'IRSST



ARNEG CANADA + CHAGALL

LA COMBINAISON CLÉ POUR CRÉER

DES AMÉNAGEMENTS PERFORMANTS

Service-conseil spécialisé

Développement de concepts innovants

Solutions de réfrigération intégrées

Fabrication de mobiliers sur mesure

Plan d'aménagement optimisé

Des partenaires qui œuvrent ensemble à vous offrir une expérience client unique et une prise en charge clé en main de vos projets d'aménagements commerciaux.

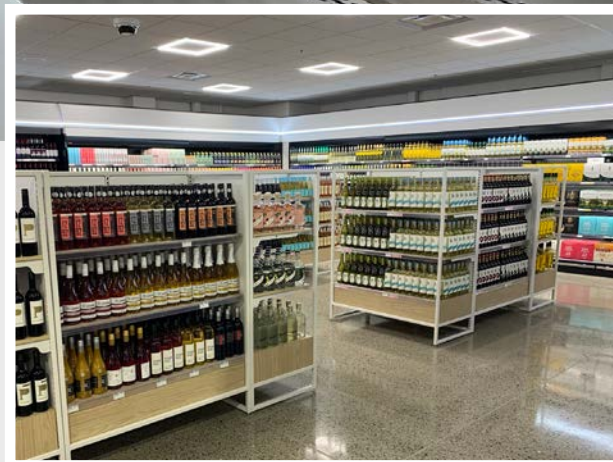
arneg

CANADA

(450) 246-3837
www.arneg.ca

CHAGALL

(450) 649-1001
www.chagalldesign.ca



ACTUALITÉS TCBO

MONTRÉAL

TCBQ

Le Conseil des Industries Bioalimentaires de l'Île de Montréal (CIBÎM) est heureux d'annoncer un vent de fraîcheur au sein de l'organisation. En effet, depuis plus de 20 ans, le CIBÎM est un acteur indispensable du secteur bioalimentaire. Il a connu une forte croissance de ses activités au cours des dernières années. Afin de mieux refléter son important rôle auprès des entreprises et des organismes, le Conseil des Industries Bioalimentaires de l'Île de Montréal devient désormais le Carrefour de l'Industrie Bioalimentaire de l'Île de Montréal. Dans le cadre de cet important changement, le CIBÎM fait également peau neuve et dévoile une toute nouvelle image à la hauteur de son rôle dans l'industrie.

Le CIBÎM : le soutien indispensable des marques montréalaises préférées

Depuis plus de 20 ans, le CIBÎM offre une variété de services aux entrepreneurs en transformation alimentaire pour les soutenir dans leur croissance : des webinaires, des déjeuners-conférences, des formations, des séances de coaching, des activités de réseautage, des rencontres avec des acheteurs et des programmes d'accompagnement. Le CIBÎM assume aussi le rôle de Table de concertation pour le secteur bioalimentaire de la région de Montréal. Il rallie les entreprises et les partenaires du secteur afin de créer des opportunités d'affaires, de coordonner et de mettre en œuvre des projets structurants pour l'industrie.

« Année après année, notre communauté s'est agrandie et notre offre de service aussi, explique Katell Burot, présidente du conseil d'administration du CIBÎM. Carrefour est un mot qui fait toute la différence. Il nous permettra d'arborer un nom à la hauteur de notre rôle actuel, celui d'être le carrefour incontournable du domaine bioalimentaire. »

Croissance soutenue de l'industrie bioalimentaire montréalaise grâce à l'achat local

L'industrie bioalimentaire québécoise ne cesse de croître : en comparant les investissements moyens du domaine entre 2018 et 2020 avec ceux entre 2015 et 2017, on observe une croissance notable de 10 %. Et ce, même si la pandémie a apporté de nombreux défis, tels que la perte d'emplois dans la restauration, la chute de 4,2 % de la valeur de la demande alimentaire et l'instabilité considérable des chaînes d'approvisionnement.

Cette croissance est due en partie au désir grandissant des Québécois d'acheter local et d'encourager les entreprises d'ici. Grâce à eux, de nombreux produits bioalimentaires locaux, qu'il s'agisse de ketchup, de sodas, de tartinades ou de bières de microbrasseries, connaissent un vif succès. De plus, les instances gouvernementales ne sont pas en reste. L'achat d'aliments québécois par le milieu institutionnel est une priorité du gouvernement du Québec. La Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ) vise l'accroissement des achats d'aliments québécois par le milieu institutionnel. C'est dans ce contexte que le CIBÎM tend la main à ses 150 membres afin de maintenir la prospérité du domaine bioalimentaire québécois et d'agir comme relais

incontournable dans l'exécution de la stratégie gouvernementale sur le territoire Montréalais.

De nombreuses PME montréalaises bien connues du grand public bénéficient du soutien indispensable de cet organisme qui œuvre depuis plus de 20 ans. Parmi ceux-ci : les produits végétariens Gusta, les tartinades Allo Simonne, les sodas 1642, les tartes Carrément Tarte, ou encore la formidable gamme de produits Isabelle Huot.

« Plus de 150 PME montréalaises ont pu bénéficier de l'expertise de l'équipe du CIBÎM pour trouver des solutions durant cette période d'incertitude. Et maintenant, nous sommes là aussi pour les accompagner dans la commercialisation auprès du secteur institutionnel ! » explique Katell Burot.

Une image et un slogan dignes du CIBÎM

Le CIBÎM s'est muni non seulement d'un logo et d'une charte graphique renouvelés, mais aussi d'un slogan qui décrit parfaitement son objectif : Nourrir vos ambitions. Dans le cadre de cette refonte, le CIBÎM a fait appel à l'expertise de Capital-Image et de Kanari Design, qui l'ont fait briller en donnant vie à son repositionnement et en réalisant le renouvellement de son image de marque.



Merci à VOUS

Ensemble, nous sommes
partenaires
du bien-être
de la planète



CÉLÉBRONS



D'IMPACT ET DE
PARTENARIAT





Quand un **logo** fait toute la différence!

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

78%
des **Québécois**

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

72%
des **Québécois**

estiment que les certifications et logos sont le meilleur moyen pour les aider à identifier les produits d'ici**



N'ATTENDEZ PLUS, CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE!

marchandisage@alimentsduquebec.com

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