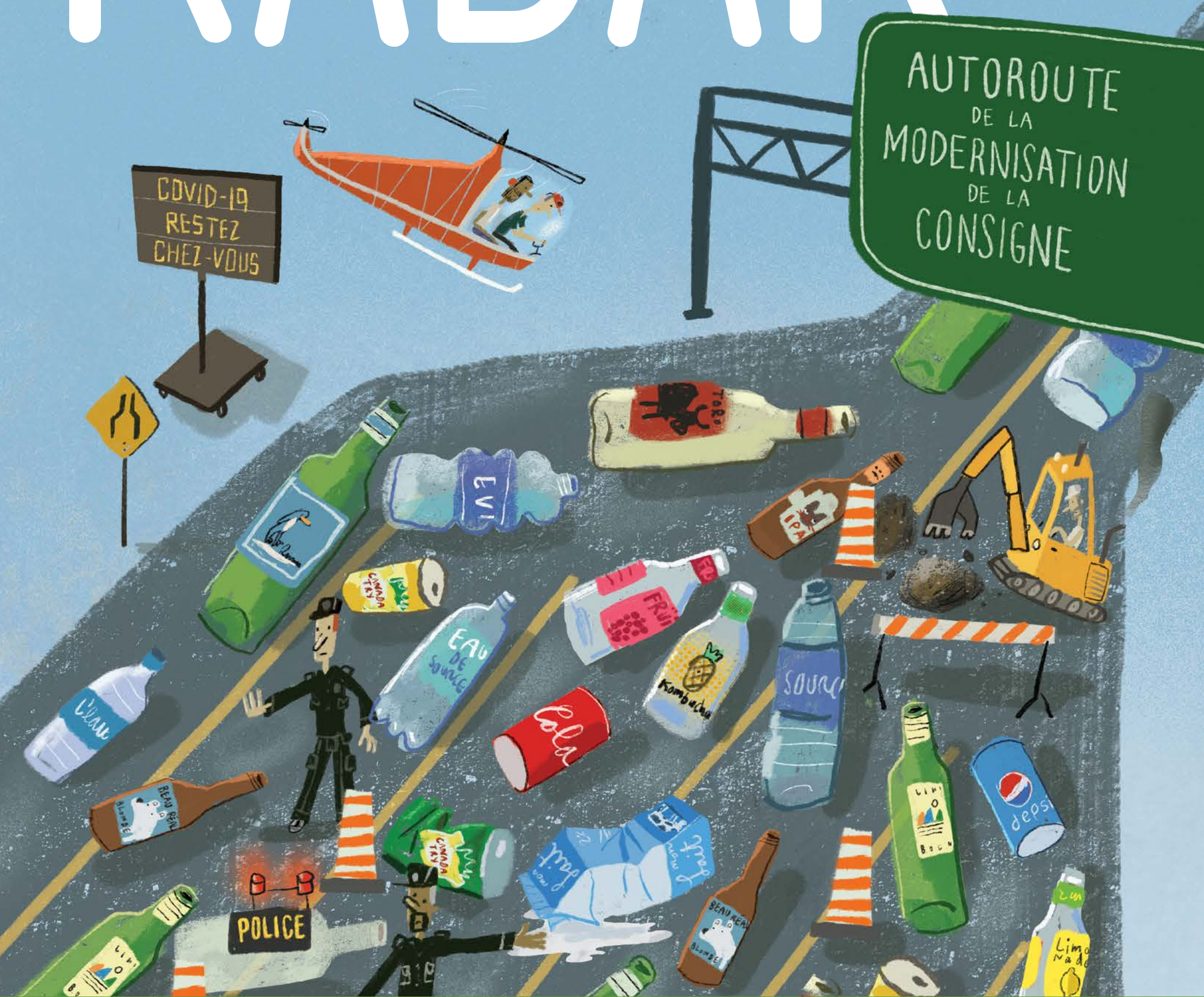


RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Hiver 2021



CONSIGNE

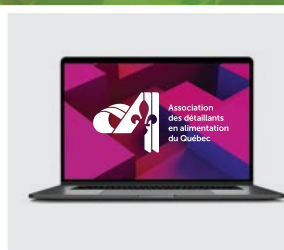
Les derniers
développements
P.10



PROMOTION DE L'ACHAT LOCAL

Gagnants du concours
*Les Aliments du Québec
dans mon panier !*

P.15



ÉVÈNEMENT VIRTUEL DE L'ADA

Retour sur l'activité
du 4 décembre
dernier

P. 20

TOUT LE QUÉBEC À L'ARRÊT



Au moment d'écrire ces lignes, le Québec connaît une hausse fulgurante de cas de COVID-19, alors que les capacités hospitalières atteignent leurs limites. Pour y faire face, la province s'est vu imposer un couvre-feu jusqu'au 8 février. C'est une situation inédite, car même lors d'événements majeurs, comme les deux Grandes guerres, la grippe espagnole ou encore la crise d'Octobre, jamais l'ensemble de la population n'a dû être confiné comme on doit le faire aujourd'hui de 20 h à 5 h sous peine d'amende.

Peu importe que l'on accueille cette mesure avec soulagement ou qu'on critique vivement ce précédent, on doit reconnaître que l'initiative du gouvernement québécois devrait marquer les esprits et faire comprendre aux réfractaires que la pandémie n'est pas à prendre à la légère.

Bien que reconnus comme essentiels, nos commerces doivent fermer dès 19 h 30 pour permettre à la clientèle et à nos employés, dans la mesure du possible, d'être de retour à la maison avant l'heure fatidique. Ceux qui comme moi exploitent des dépanneurs avec essence peuvent rester ouverts, mais exclusivement pour vendre des produits alimentaires et des articles pour voiture durant le couvre-feu. C'est un pensez-y-bien pour les exploitants. Est-ce que la propagation se résorbera suffisamment pour qu'on revienne à un horaire normal comme prévu au début février?

On l'espère tous, mais il est possible que le couvre-feu doive être prolongé comme on l'a vu dans d'autres juridictions. D'ici là, de nombreux ménages sont réunis plus tôt qu'à l'habitude. Il vaut mieux voir ici le verre à moitié plein et profiter des avantages de ce Québec à l'arrêt.

On entre maintenant dans un 10^e mois consécutif d'adaptation. Ça fait beaucoup d'ajustements, mais au moins nous avons la chance d'être ouverts et de pouvoir servir nos clients. On est tous un peu fatigués, alors que vient le temps de faire nos plans pour cette nouvelle année. Que nous réserve 2021? Plein de changements, j'imagine.

Ce qui est important, c'est de garder le focus sur notre mission première. Comme président de l'ADA, je sais que je serai vraiment fier de vous, les détaillants; fier de vous, nos partenaires d'affaires! Nous allons continuer de nourrir les Québécois malgré les écueils, malgré l'incertitude. Nous remplirons notre contrat social, peu importe combien de temps durera l'arrêt.

JUSQU'ICI TOUT VA BIEN



Aujourd'hui, ça va bien. Les ventes sont solides. Manger est probablement l'un des seuls plaisirs restants pour notre population anxieuse et confinée. Ces derniers temps, elle ne s'est certes pas privée de viandes et de poissons. Tout comme l'épicerie, les fruits, les légumes, les fromages, les charcuteries, les cidres et les vins sont toutes des catégories de produits qui ont connu des hausses de ventes.

À l'opposé, c'est sans surprise que le prêt-à-manger est en perte de vitesse, alors que la boulangerie et la bière sont à l'agonie. Tout cela s'explique assez simplement. D'abord, on cuisine plus. De plus, plusieurs ont également découvert le pain fait maison, alors qu'il ne manque plus ni farine ni levure. Finalement, on a le temps de se faire un petit cocktail à deux puisqu'on ne peut plus partager une caisse de bière entre amis.

De quoi sera fait demain? Bien que la vaccination ait commencé, on peut être certains que la pandémie va nous suivre encore un bout. Ensuite, les ménages garderont-ils leurs nouvelles habitudes ou reviendront-ils à leurs anciennes coutumes? Une autre source de préoccupation: Pendant combien de temps encore les gouvernements pourront-ils continuer de soutenir la population et les entreprises? La reprise nécessitera certes un stimulus, mais il ne faut pas pour autant vivre dans l'utopie. Déjà que le choc économique est majeur pour certains secteurs, de nombreuses entreprises ne s'en remettront pas et des milliers de familles devront encore se serrer la ceinture. L'année qui s'en vient devrait aussi être le théâtre d'élections fédérales, en plus des élections municipales prévues cet automne. Tous les protagonistes seront évidemment animés par le thème de la relance, mais il faudra tôt ou tard revenir à un certain équilibre.

« Le plus dur c'est pas la chute, c'est l'atterrissage. »

Parlant d'atterrissage, on ne sait pas trop comment la modernisation accélérée de la consigne va aboutir, mais l'échéancier du ministre de l'Environnement semble, lui, inaliénable, et ce, malgré la recrudescence de la pandémie. Projets pilotes, modèles financiers, réglementations: tout doit toujours se faire en accéléré. Même si la logique pointe vers des sites spécialisés, on nous ramène toujours

aux mêmes scénarios invraisemblables où les détaillants alimentaires feraient les frais de cette nouvelle responsabilité élargie des producteurs (REP). Cette réforme est pourtant une opportunité de se doter d'un système moderne, automatisé et qui accélère le processus pour la clientèle. L'énergie des détaillants alimentaires doit être dirigée pour répondre à l'évolution de la consommation de nos clients et pas simplement pour répondre aux inconvénients des gouvernements.

L'année 2020 a été marquée par une interruption des activités de l'ADA pour vous soutenir au quotidien dans cette pandémie. Nous continuerons de vous servir et de vous représenter énergiquement en 2021. Cependant, nous sommes animés par l'espoir qu'au courant de l'année 2021, nous pourrions échanger ensemble sur un terrain de golf, autour d'une table ou dans une célébration de notre résilience, car, après tout, rien de mieux que des relations humaines pour consolider nos liens d'amitié.

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

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

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

Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ info@adaq.qc.ca

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

DESIGN GRAPHIQUE
Mono Studio inc.

ILLUSTRATION (COUVERTURE)
Jacques Laplante

RÉVISION LINGUISTIQUE
Myriam Gendron

PERMANENCE DE L'ADA

Pierre-Alexandre Blouin
Président-directeur général

Nah Keita
Technicienne comptable

Stéphane Lacasse
Directeur, Affaires publiques
et gouvernementales

David Beaulieu
Agent des communications

Catherine Séguin
Adjointe au PDG
Marie-France Coulombe
Chargée de projets
et d'événements
Daniel Choquette
Directeur, Développement
des affaires

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

André Forget
Président

Guillaume Laroche
Trésorier

Michel Dépatie
Vice-président
Bruno Desrochers
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

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

Franck Hénot
Annie Paquette
Patrick Pinard
Roger Raad
Nicole Thompson

SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Mario Laplante
Président

Guy Auger
Trésorier

David Plante-Riou
Vice-président

Christian Bérubé
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Natalie Ayotte
Hedia Bahri
Alain Bertrand
Daniel Chagnon

Antoine Chatel
Tony Fournier
Patrick Nadeau
Patrick Simard

SOMMAIRE

SECTION
MEMBRES FOURNISSEURS 4

PORTRAIT DE DÉTAILLANTS 5

SUIVI DE DOSSIERS

AGROALIMENTAIRE

Accroître l'autonomie alimentaire 6

Relance de la politique bioalimentaire 7

Le gaspillage alimentaire :
Chantier du gouvernement du Québec 7

ÉCONOMIE

Allègement réglementaire 8

Hausse du salaire minimum :
Nouvelle année, même réalité 8

COMMERCE

Vers une mutation du détail alimentaire 9

ALCOOL

Des échanges prometteurs 9

Un projet de loi qui favorise les restaurants 9

ENVIRONNEMENT

La consigne élargie : Le ministre dépose
son projet de loi à l'Assemblée nationale 10

Les travaux se poursuivent 10

Des projets pilotes déjà en opération 10

À LA MÉMOIRE DE 11

**POUR UNE INTÉGRATION
EFFICACE ET RÉUSSIE DE
VOS NOUVEAUX EMPLOYÉS !** 12

**CONCOURS LES ALIMENTS DU
QUÉBEC DANS MON PANIER!** 15

**ASSEMBLÉES GÉNÉRALES ET
ÉVÉNEMENT VIRTUEL DE L'ADA** 20

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 22

**57^e TOURNOI
DE GOLF DE L'ADA** 24

**DU NOUVEAU DANS
LE PROGRAMME ATE+
EN BOUCHERIE!** 25

ACTUALITÉS DES TCBQ 26

CHERS COLLÈGUES FOURNISSEURS



Mario Laplante
Président SMF

Tout d'abord, en mon nom et au nom du conseil d'administration de la section des membres fournisseurs, nous vous souhaitons une bonne année 2021.

Lors de mon dernier éditorial, j'ai mentionné que nous devions faire les choses autrement et trouver de nouvelles façons de pratiquer nos activités professionnelles. Le 4 décembre 2020, nous avons mis en place notre première assemblée générale virtuelle, qui s'est avérée être un succès. Les réunions virtuelles font maintenant partie de notre

quotidien, tant au niveau personnel que professionnel. La gestion de nos affaires, tant pour les bannières qu'en magasin, se fera de plus en plus de cette façon et cette nouvelle avenue nous demandera d'être créatifs.

J'ai le plaisir de vous informer que j'ai été réélu à titre de président de la section pour les deux prochaines années. Merci aux collègues d'avoir réaffirmé votre confiance en moi comme président. De plus, de nouveaux membres se sont joints au conseil d'administration pour 2020-2021 et je tiens à féliciter messieurs Antoine Chatel et Alain Bertrand pour leur nomination dans celui-ci. En 2021, nous allons remettre sur les rails les projets que nous avons entamés début 2020. La vision de notre organisation est d'optimiser un réseautage efficace entre fournisseurs et détaillants, de donner une visibilité accrue à l'ensemble des partenaires et d'être impliqués dans les enjeux spécifiques de l'industrie.

Je vous invite à communiquer avec notre comité pour toute demande d'information ou commentaire par rapport à l'amélioration de la section.

Au plaisir!



PORTRAIT DE DÉTAILLANTS



GRANDIR DANS LES RAYONS DE CAUSAPSCAL

Dès leur adolescence, les frères Simon et Frédéric Veilleux ont passé beaucoup de temps dans les rayons de l'épicerie familiale, située à Causapscal, au Bas-Saint-Laurent. Une expérience enrichissante qui a aussi permis de développer une bonne éthique de travail pour la suite des choses. Leur père, Carol Veilleux, n'était pas réticent à leur confier de nouvelles responsabilités. « 'Pa [comme ils appellent leur père] nous a montré pas mal tout ce qu'il y avait à savoir, affirme Frédéric. Il nous a rapidement confié des responsabilités, comme faire des dépôts, des fermetures, etc. » Simon a ajouté que « plus ils pouvaient en faire, plus [Carol] était content. »

L'entreprise familiale, Alimentation Causap, a été fondée en 1982 par Carol Veilleux, épaulé par son épouse et associée, Diane Fiset. Le commerce a d'abord vu le jour sous la bannière Axep. Le patriarche de la famille est alors la troisième génération de Veilleux à travailler dans le domaine de l'alimentation, alors que son père et grand-père étaient bouchers. Lors des 20 années qui ont suivi, leur commerce n'a jamais cessé de se développer et de s'ancrer dans la communauté. Ils ont entre autres fait deux agrandissements majeurs, en plus de s'associer avec Metro pour s'afficher sous la bannière Marché Richelieu.

Sous la gouverne de Frédéric, le commerce subira de nouveaux travaux en 2010 pour en arriver à une apparence similaire à ce que c'est aujourd'hui. Le commerce est cinq fois plus grand qu'à sa fondation, en 1982, alors que le nombre d'employés actuels frôle les 40 personnes.

UNE TRAJECTOIRE DIFFÉRENTE

Avant de revenir à Causapscal pour reprendre les rênes d'Alimentation Causap, Frédéric et Simon sont allés étudier dans des domaines bien différents de l'alimentation. Frédéric a étudié un an à Montréal avant de faire le saut au centre d'aéronautique de Chicoutimi pour devenir pilote de ligne. Après avoir obtenu sa licence de pilote, il a travaillé comme pilote de ligne pendant un peu plus de 4 ans. Avec les difficultés de l'industrie aérienne à la suite des attaques du 11 septembre 2001, Frédéric a quitté l'industrie aérienne en 2003 pour revenir à Causapscal et devenir le troisième associé de l'entreprise avec ses parents.

De son côté, Simon a fait ses études au cégep d'Amqui, a ensuite étudié deux ans à l'Université du Québec à Rimouski et terminé son baccalauréat en administration et en finance corporative au campus de l'UQAR à Lévis. À la fin de ses études, il s'est fait offrir un emploi dans une institution financière du Bas-Saint-Laurent. Après avoir travaillé de nombreuses années avec des gens d'affaires en financement d'entreprise, le goût de l'entrepreneuriat a refait

son chemin. En 2014, Simon devient associé dans la compagnie. Avec deux de leurs fils en relève, Carol et Diane prennent une retraite bien méritée après des dizaines d'années dans le domaine de l'alimentation et du service à la clientèle.

AU SERVICE DE LA COMMUNAUTÉ ET VICE-VERSA

Même si Alimentation Causap s'est agrandie au cours des années, l'entreprise et le service offert ne sont pas pour autant devenus impersonnels vis-à-vis de la communauté. Bien établis dans celle-ci, les habitants de Causapscal savent que le lien familial est très fort au sein de l'entreprise. « Les clients nous ont vus quand on était petits, ils nous ont vus grandir, ils nous reconnaissent, affirme Frédéric. Les gens étaient vraiment contents de me voir revenir travailler avec 'Pa. »

Pour les Veilleux, offrir un service personnalisé est vraiment important. Alors que la communauté les appuie toujours après autant d'années, ceux-ci s'impliquent en retour. « On est impliqués dans les événements,

dans les organismes. On appuie la communauté à notre tour, à ceux qui nous font vivre. »

En plus de compter sur la population de Causapscal, les deux frères ont la chance de pouvoir compter l'un sur l'autre. « Avec le lien familial, il y a une confiance qui est déjà là depuis longtemps, reconnaît Simon. Ça n'a pas de prix. »

2020 : L'ANNÉE DE LA COVID-19

Comme l'ensemble des détaillants de la province, les frères Veilleux ont dû composer avec la nouvelle réalité qu'impose la COVID-19, même si le Bas-Saint-Laurent n'a pas été autant ébranlé par la pandémie que d'autres régions. En plus d'adapter le commerce aux nouvelles normes sanitaires au fur et à mesure qu'elles arrivaient, ils ont été proactifs et ont mis en place un nouveau service de livraison. « Ça a dépassé nos prévisions, se rappelle Frédéric. Beaucoup de gens n'osaient pas sortir, on a fait notre possible pour protéger notre clientèle. » Ils adaptent maintenant la charge de travail en fonction de la demande, qui, elle, varie en fonction de l'évolution de la pandémie. « Si jamais ça revient, tout est rodé », explique Simon. Les commandes peuvent être prises au téléphone ou par courriel. De plus, afin d'aider au maximum la clientèle, il est possible de payer la note par de nombreux modes de paiement différents.

Avec le retour du confinement et le couvre-feu, il y a eu de nouveaux ajustements à faire pour respecter les nouvelles exigences du gouvernement. Par contre, cela n'a pas eu d'impact significatif sur les opérations.



SIMON ET FRÉDÉRIC VEILLEUX D'ALIMENTATION CAUSAP





SUIVI DE DOSSIERS

L'année 2020 a totalement bouleversé notre industrie. La pandémie de COVID-19 est toujours un élément important et bien présent en ce début d'année. Malgré tout, vous êtes toujours sur le terrain à travailler fort pour continuer d'alimenter les Québécois. Nous continuons tous à nous adapter à la situation, alors que la pandémie affecte plusieurs de nos enjeux politiques.

AGROALIMENTAIRE

ACCROÎTRE L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE ▼

Au cours des derniers mois, le premier ministre du Québec, François Legault, et le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, André Lamontagne, ont voulu que le Québec réduise sa dépendance relativement aux importations. Pour eux, le Québec doit accroître la production alimentaire et développer une plus grande autonomie dans ce secteur.

En novembre dernier, à la suite de la mise à jour économique, le ministre Lamontagne a annoncé des mesures pour permettre au secteur bioalimentaire de participer activement à la relance économique du Québec.

Le gouvernement investit un montant de 157 millions de dollars sur trois ans qui vise à améliorer la productivité des entreprises bioalimentaires. De plus, le gouvernement compte mettre à profit l'intérêt grandissant des Québécois envers les produits bioalimentaires d'ici pour augmenter leur part de marché.

VOICI LA DÉCLINAISON DES SOMMES INVESTIES :
23 millions serviront à stimuler la demande pour les produits alimentaires du Québec et à inciter les Québécoises et les Québécois à privilégier les produits d'ici lors de leurs achats.
17,5 millions permettront d'intensifier les campagnes publicitaires et d'appuyer les marques «Aliments du Québec» et ses déclinaisons, notamment par l'ajout d'actions d'identification et de promotion en magasin.
92,5 millions iront pour la robotisation, l'automatisation et l'amélioration des standards de qualité dans les établissements de transformation alimentaire.
24 millions iront à La Financière agricole afin d'accélérer les investissements agricoles.

Depuis septembre dernier, le ministre a lancé une stratégie pour favoriser l'achat d'aliments québécois. À l'intérieur de cette stratégie, le gouvernement a créé un programme de développement des marchés bioalimentaires. Dans le cadre de ce programme, nous avons déposé une demande financière pour que le MAPAQ puisse soutenir le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier* !.

Dans le but d'améliorer l'autonomie alimentaire, le ministre a également annoncé une stratégie de croissance des serres au Québec 2020-2025. Doté d'une enveloppe globale de 112 millions, soit 91 M\$ pour la stratégie de croissance des serres et 21 M\$ pour le programme d'extension du réseau triphasé, le gouvernement veut accélérer la production en serres au Québec. En fait, le principal objectif est de doubler les superficies de fruits et de légumes de serre sur une période de cinq ans. Cette stratégie vise aussi les entreprises qui désirent allonger leur période de production, diversifier leur offre et prendre de l'expansion sur le marché local.

Nous tenons à saluer cet investissement, car il est essentiel de soutenir les producteurs en serres. Avec une augmentation du volume produit au Québec, ceux-ci pourront vous fournir des produits sur une plus longue période et avec, espérons-le, une plus grande diversité de produits d'ici toute l'année.



RELANCE DE LA POLITIQUE BIOALIMENTAIRE ▼

Dans les dernières éditions du *RADAR*, nous vous mentionnions que le ministre Lamontagne avait déposé son Plan d'action dans le cadre de la politique bioalimentaire 2018-2025. Au cours de l'automne, le ministère a fait diverses consultations auprès de nombreux groupes dans le but de relancer les travaux pour revoir ou ajuster certaines cibles de la politique. Le ministre désire réorienter les actions de la politique vers deux grands thèmes: l'autonomie alimentaire et la relance économique du Québec. L'an passé, le grand rendez-vous annuel avec les partenaires a été annulé en raison de la pandémie. Selon l'évolution de la pandémie au cours de l'hiver, le ministre souhaite tenir un forum au cours du printemps 2021. Étant présents dans le groupe tertiaire, nous avons informé le gouvernement de notre plus grand enjeu: le manque de main-d'œuvre dans notre secteur. Il faudra que le gouvernement soit en mesure de soutenir notre secteur pour que nous puissions demeurer compétitifs au cours des prochaines années.

LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE : CHANTIER DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC ▼

Dans le cadre des différentes pistes de travail de la politique bioalimentaire, une de celles-ci consiste à réduire le gaspillage et les pertes alimentaires et favoriser les dons. De plus, selon le MAPAQ, le gaspillage alimentaire figure parmi les thèmes retenus à titre de « *travaux pour aller plus loin* » dans le cadre de la rencontre des partenaires de la Politique bioalimentaire de mai 2019 ainsi que du Plan d'action 2018-2023 pour la réussite de la Politique bioalimentaire, ce dernier rendu public en janvier 2020.

Pour répondre à ses objectifs, le gouvernement a décidé de créer un chantier spécifique au gaspillage alimentaire. Lors des échanges avec le groupe tertiaire, nous avons mentionné au ministère qu'avant de créer de nouvelles initiatives, il faudrait soutenir celles qui sont déjà implantées actuellement. Le MAPAQ a brossé un portrait des initiatives existantes sur le territoire. En fait, près de 400 magasins d'alimentation participent déjà au programme de récupération en supermarché. Plusieurs détaillants collaborent également avec des organismes locaux. Les grandes bannières ont également développé des applications mobiles pour réduire le gaspillage alimentaire.

L'objectif du gouvernement est de présenter un plan d'action concerté des activités et des initiatives actuelles et de proposer une cible mesurable et réaliste dans le cadre de la Politique bioalimentaire lors du prochain rendez-vous annuel au printemps 2021.

En parallèle, la Ville de Montréal a décidé de faire une consultation spécifique sur le gaspillage alimentaire. À la suite d'une pétition, cette consultation prévue l'automne dernier devrait avoir lieu en février 2021. Lors de la présentation devant la Ville de Montréal, nous avons rappelé les initiatives existantes sur le territoire. De plus, nous avons réitéré ce même message: Il faut que la Ville de Montréal dégage un budget supplémentaire pour soutenir financièrement les organismes œuvrant en récupération alimentaire.



ÉCONOMIE

ALLÈGEMENT RÉGLEMENTAIRE ▼

Dans la dernière édition du *RADAR*, nous vous mentionnions qu'une autre consultation sur l'allègement réglementaire s'est déroulée en 2020. Cette consultation était pilotée par Youri Chassin, l'adjoint parlementaire du ministre de l'Économie, Pierre Fitzgibbon.

À la mi-décembre, le gouvernement a déposé sa nouvelle politique en matière d'allègement réglementaire 2020-2025.

Dans le cadre de son Plan d'action, le gouvernement a dédié une section à la transformation agroalimentaire. Treize mesures y sont consacrées.

Nous sommes heureux de constater qu'une mesure que l'ADA avait formulée se retrouve dans le Plan d'action. Enfin un GUICHET UNIQUE!

Mesure 10 : Développer un parcours afin que les entreprises du secteur de la transformation agroalimentaire et de tous les autres secteurs puissent inscrire une seule fois leurs informations qui seront transmises à travers les différents ministères et organismes lors d'une demande auprès du gouvernement.

En effet, plusieurs détaillants considèrent que l'implantation d'un guichet unique est l'outil approprié pour diminuer la paperasserie. Le gouvernement reconnaît que même si des démarches avaient été entreprises jusqu'à maintenant en ce sens, elles laissent les ministères et organismes libres d'adhérer ou non au concept de guichet unique.

Avec ce plan, chaque ministère et organisme devra présenter un échéancier pour faire partie du guichet unique du gouvernement. Ce dernier veut centraliser le dossier de l'entreprise avec tous les documents déposés d'une entreprise, commun à tous les ministères et organismes.

La mesure 9 pourrait aussi devenir intéressante. En effet, le gouvernement souhaite créer son propre programme de travailleurs étrangers temporaires pour le Québec. Dans ce programme, le gouvernement veut leur permettre de travailler pour plus d'un employeur agricole à la fois. Si ce programme voit le jour, il faudra que les travailleurs puissent également venir travailler dans nos magasins.

HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM : NOUVELLE ANNÉE, MÊME RÉALITÉ ▼

Encore cette année, le ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Jean Boulet, a annoncé, à la fin décembre, une hausse du salaire minimum. Il s'agit d'une hausse de 0,40 \$, ce qui fait passer le salaire minimum de 13,10 \$ à 13,50 \$ l'heure. Cette hausse de 3,1 % sera effective le 1^{er} mai 2021.

Depuis l'arrivée de la CAQ au pouvoir, le calcul du salaire minimum se fait sur un ratio de 50 % du salaire médian au Québec. Il s'agit d'un calcul « simple » en pratique, mais il manque de prise en considération.

Cette année, avec la pandémie, plusieurs employés à bas salaire ont perdu leur emploi durant plusieurs mois dans les secteurs de la restauration et du commerce de détail non essentiel. Cela a fort probablement entraîné une hausse du salaire médian.

La reprise printanière souhaitée par ces secteurs viendra avec un défi additionnel avec cette hausse de leurs coûts d'exploitation.

Le gouvernement semble également toujours oublier qu'en haussant le salaire minimum chaque année, cela a des impacts sur l'ensemble des salariés. Il y a un effet domino qui s'opère. Cela aura un impact direct sur notre industrie. Lors du projet budget, nous tenterons de proposer au gouvernement des pistes de solution pour réduire les impacts de cette hausse.



COMMERCE

VERS UNE MUTATION DU DÉTAIL ALIMENTAIRE ▼

Le paysage du détail alimentaire est en train de se modifier au Québec et certaines entreprises tentent de revoir l'offre dans les différents types de magasins. Si, par le passé, un supermarché vendait principalement de la nourriture, un dépanneur vendait de l'essence et des produits alimentaires conventionnels et la SAQ vendait la grande majorité des vins consommés, eh bien, la pandémie actuelle risque d'accélérer une mutation des modèles d'affaires de notre secteur économique.

En janvier dernier, le géant du dépanneur Couche-Tard a tenté d'acquérir la très grande chaîne d'alimentation française Carrefour. Cette démarche de Couche-Tard démontre sa volonté d'intégrer un volet alimentaire plus important dans son entreprise. Couche-Tard tente également de concurrencer Amazon Go en ouvrant son premier dépanneur connecté à Montréal. L'entreprise lavalloise reconnaît qu'elle veut augmenter l'offre de produits à ses clients.

Amazon n'est pas en reste au Québec avec l'ouverture de son 4^e entrepôt (500 000 pi²) à Lachine, prévue en septembre 2021. Avec autant de capacité d'entreposage, le géant américain du commerce en ligne pourrait devenir un joueur important dans le commerce alimentaire au cours des prochaines années. Même le réseau de coopératives alimentaires est en plein changement: Avec sa nouvelle identité ICI COOP, les coopératives veulent consolider leur présence au Québec et désirent développer leur propre signature et offrir des produits alimentaires produits par et pour les coopératives.

Avec tous ces changements, la grande question demeure: est-ce que les consommateurs seront au rendez-vous? C'est le pari que prennent plusieurs entreprises.

ALCOOL

DES ÉCHANGES PROMETTEURS ▼

Plusieurs personnes ont remarqué, au cours de l'année 2020, des changements de comportement dans la vente et la distribution de l'alcool au Québec. Même si les détaillants respectent l'ensemble des lois et des règlements en vigueur, d'autres joueurs de l'industrie tentent de contourner ou de modifier les règles établies.

Si les restaurants peuvent vendre pour emporter des vins d'importation privée avec de la nourriture, pourquoi une fromagerie ne pourrait-elle pas faire la même chose? Si un « Brew pub » peut vendre de la bière dans un contenant pour emporter à ses clients, pourquoi un magasin d'alimentation ne peut-il pas vendre de la bière en fût pour emporter? Si les employés de la SAQ peuvent faire déguster les produits aux clients, pourquoi nos employés ne peuvent-ils pas le faire dans un dépanneur?

Le comité Bières et Alcool de l'association s'est rencontré cet automne et il a identifié plusieurs solutions intéressantes. À la suite de cette rencontre, l'ADA a échangé avec le ministre de l'Économie et de l'Innovation (MEI), Pierre Fitzgibbon, et son sous-ministre pour leur faire différentes suggestions. Nous demandons au gouvernement de permettre davantage d'équité envers les différents détenteurs de permis, ainsi qu'une expérience bonifiée pour les consommateurs.

UN PROJET DE LOI QUI FAVORISE LES RESTAURANTS ▼

Cet automne, la vice-première ministre du Québec et ministre de la Sécurité publique, Geneviève Guilbault, a fait adopter le projet de loi 72 intitulé Loi modifiant diverses dispositions législatives concernant principalement des organismes du domaine de la sécurité publique. Dans le cadre de ce projet de loi, plusieurs dispositions concernaient la vente et la distribution d'alcool. Depuis décembre, les restaurants peuvent faire livrer, par un tiers, des produits alcooliques. Les prix des produits pour emporter ou pour la livraison peuvent être différents de ceux en établissement. Le gouvernement permet aux restaurants d'avoir deux listes de prix: une liste pour la consommation sur place (CSP) et une autre pour consommation à domicile (CAD). Nous comprenons que les restaurants vivent une situation particulière. Par contre, ce projet de loi sera permanent. Ce n'est pas une mesure temporaire pour la durée de la pandémie.

De notre côté, nous avons écrit à la Commission des institutions pour qu'ils abordent deux points: la dégustation et la vente de vin d'importation privée. Concernant la dégustation en magasin, cela fait plus de 2 ans que le projet de loi 170 a été adopté par les parlementaires. Cela fait plus de deux ans que la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) travaille sur le règlement. Selon la ministre Guilbault, elle devrait finaliser et publier les règlements reliés au projet de loi ce printemps.

Nous croyons que le gouvernement démontre un intérêt à moderniser la vente et la distribution de l'alcool au Québec. Depuis une quinzaine d'années, les divers gouvernements ont fait des changements à la pièce, mais une vraie réforme n'a pas été réalisée. Les détenteurs de permis pour la consommation à domicile ont, comme les autres, des défis à surmonter pour faire face au monde bouleversé par la pandémie.



ENVIRONNEMENT

LA CONSIGNE ÉLARGIE : LE MINISTRE DÉPOSE SON PROJET DE LOI À L'ASSEMBLÉE NATIONALE ▼

Depuis un an, le dossier de la consigne élargie occupe une grande partie des discussions. D'une part, le gouvernement a annoncé son intention d'élargir la consigne à tous les contenants de boissons entre 100 ml et 2 litres, qu'ils soient en verre, en plastique ou en aluminium. Dans le but de faire progresser ce dossier d'une importance capitale pour le ministre de l'Environnement, celui-ci a déposé un projet de loi cet automne à l'Assemblée nationale. Le projet de loi 65, la Loi modifiant principalement la Loi sur la qualité de l'environnement en matière de consigne et de collecte sélective, a été présenté aux parlementaires, mais il n'a pas été adopté.

Ce projet de loi réduit le rôle des parlementaires en donnant les pleins pouvoirs au comité exécutif d'adopter des règlements, sans consulter les parlementaires, sur l'avenir des deux systèmes concomitants.

Le gouvernement pourra, en publiant un règlement, modifier en 45 jours certains paramètres, voire l'ensemble, s'il le juge nécessaire. Si, pour certains, ce fonctionnement donne de la marge de manœuvre au gouvernement pour adopter le système, pour d'autres, il s'agit d'un risque élevé et constant d'ingérence du gouvernement.

LE GOUVERNEMENT DÉTERMINERA :
La proportion non remboursable de la consigne payée.
Les personnes tenues de percevoir et de rembourser la consigne fixée.
Les frais de gestion pour la manutention et l'entreposage des produits.
Les produits visés par les système.
Les modalités d'application lors du retour, au transport, au tri, au conditionnement des produits consignés.

Lors des consultations particulières du projet de loi le 28 octobre dernier, notre PDG, Pierre-Alexandre Blouin, et le propriétaire du IGA St-Pierre à Granby, Miguel St-Pierre, ont présenté nos recommandations aux membres de la commission parlementaire.

Ils ont illustré qu'il est impossible de récupérer, à l'intérieur des magasins, les 4,3 milliards de contenants consignés. Le ministre laisse croire, dans ses interventions, qu'il s'agit d'une opportunité d'affaires pour les détaillants de récupérer les contenants consignés. Toutefois, Miguel St-Pierre lui a mentionné que malgré qu'il a ramassé 5 fois plus de contenants qu'à pareille date l'an passé dans son centre de dépôt, son chiffre d'affaires n'a pas augmenté.

Le ministre a mentionné à plusieurs reprises qu'il veut laisser le CHOIX aux détaillants de récupérer ou non les contenants consignés. Il a été rappelé qu'il souhaite un modèle hybride avec des points de collecte.

Vous pouvez visionner la présentation de nos représentants à l'adresse suivante: <http://www.assnat.qc.ca/fr/video-audio/archives-parlementaires/travaux-commissions/AudioVideo-87103.html>

LES TRAVAUX SE POURSUIVENT ▼

En parallèle des travaux à l'Assemblée nationale, un comité mixte entre différents partenaires et le ministère de l'Environnement a été créé pour discuter des éléments de modernisation de la consigne. Les grands brasseurs, les embouteilleurs et les transformateurs continuent de souhaiter le retour des contenants chez les détaillants et ce, malgré la volonté du ministre de créer des points de dépôt. Les producteurs ralentissent considérablement les travaux du comité, mais on comprend que leur objectif est de garder les condition de retour actuelle où les détaillants ne sont pas compensés au niveau des frais engendrés. Au printemps, le gouvernement souhaite publier un projet de règlements qui fixerait les balises de la modernisation.

DES PROJETS PILOTES DÉJÀ EN OPÉRATION ▼

Nous vous avons mentionné que le gouvernement souhaitait la mise en place de projets pilotes pour tester différents modèles et certaines technologies. Au cours de l'hiver, certains sites ont été identifiés pour tester le retour des contenants. Du nombre, il y aura le centre de dépôt à proximité du IGA St-Pierre à Granby, (*image ci-haut*) et le centre de dépôt de Trois-Rivières (Cap-de-la-Madeleine) qui sont déjà en opération. Un kiosque multi-matière verra le jour à Saint-Hyacinthe, alors que d'autres sites devraient éventuellement être ajouté. Cela va dépendre du coût d'opération et de l'aménagement des sites principaux.

Il est important de trouver des solutions pratiques de modernisation afin de mieux desservir les petites communautés ou encore les zones à grande densité, où l'espace disponible est inexistant.

À LA MÉMOIRE DE

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



YVAN LAMBERT
1930-2019

Nous l'honorions au Temple de la renommée de l'ADA en 2004, et nous sommes au regret d'apprendre qu'Yvan nous a récemment quittés. Reconnu pour son dévouement dans le secteur de l'alimentation, il a fondé en 1950 avec son frère Gérard le Groupe Lambert, reprenant ainsi la relève de leur père, Roméo Lambert, en transformant le magasin général en marché d'alimentation. Nous nous souviendrons d'Yvan comme étant une personne passionnée, travaillante et très appréciée.



JEAN-CLAUDE MESSIER
1930-2020

L'homme d'affaires, très actif dans sa région, nous a quittés en novembre dernier. Il a fondé le Groupe Messier il y a plus d'un demi-siècle. Reconnu pour son bon jugement et sa grande sagesse, il a entre autres siégé au conseil d'administration de Metro et a gravi les échelons pour en devenir le président pendant 25 années. Travailleur acharné, déterminé et visionnaire, Jean-Claude a été intronisé au Temple de la renommée de l'ADA en 2004.



GINETTE LACHAPELLE
1957-2020

Ginette tenait les rênes du IGA Extra Famille St-Jacques avec son époux depuis plus d'une quinzaine d'années dans la région de l'Outaouais. Grâce à son engagement et à sa grande détermination, le supermarché s'est vu décerner la certification Action Réduction Platine +. Nous nous souviendrons de Ginette comme étant une personne généreuse, passionnée et impliquée dans sa communauté.



GUY LESSARD
1928-2020

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

PLUS DE 10 000 VICTIMES DE LA PANDÉMIE

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

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

Écrivez-nous à l'adresse: communication@adaq.qc.ca

POUR UNE INTÉGRATION EFFICACE ET RÉUSSIE DE VOS NOUVEAUX EMPLOYÉS !

Depuis le début de la pandémie, vous avez travaillé fort et avez rapidement instauré de nouvelles mesures au sein de votre commerce pour assurer la sécurité de vos employés, de vos clients et de vos fournisseurs. Néanmoins, la vie continue et nous démarrons une nouvelle année! Vous devez embaucher de nouveaux employés dans votre commerce? Pour vous aider à les former et à les intégrer plus rapidement, tout en respectant les nouveaux règlements mis en place, nous vous proposons SANS FRAIS des outils développés spécifiquement pour répondre à vos besoins! Débutez 2021 en force!

MODULE MESURES SANITAIRES & FORMATIONS COMMIS REVISITÉES!

Pour former et conscientiser vos employés sur l'importance de l'application des nouvelles mesures dans votre magasin, découvrez notre nouveau module sur les mesures sanitaires.

De courte durée, il vise à augmenter la sécurité de vos employés en poste tout en s'assurant que vos nouveaux employés maîtrisent les règles sanitaires. Ce module est offert dans nos 5 formations Commis (101, Mets préparés, Épicerie, Fromages et charcuteries et Fruits et légumes) ainsi qu'en visionnement unique!

Par la même occasion, nous en avons profité pour **actualiser** les formations Commis (101, Mets préparés, Épicerie et Fromages et charcuteries) disponibles sur cellulaire, tablette et ordinateur!

LES GUIDES PRODUITS MAINTENANT EN FORMAT NUMÉRIQUE !

Nos 6 guides PRODUITS désormais disponibles en format numérique sur la page GUIDES de notre site. Notre équipe vous les offre dans un tout nouveau format, accessible sur l'écran de votre choix et encore plus facile à consulter!

Dorénavant SANS FRAIS, le CSMOCA vous propose *Viandes et volailles, Poissonnerie, Fruits et légumes, Boulangerie et viennoiseries, Pâtisserie et Fromages et charcuteries*. Ces guides sont d'excellents outils à utiliser en complément aux formations en ligne Commis!

Ces projets sont rendus possibles grâce à un soutien financier du ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, attribué en collaboration avec la Commission des partenaires du marché du travail.

LE SUCCÈS PASSE PAR LA FORMATION DE VOS EMPLOYÉS !

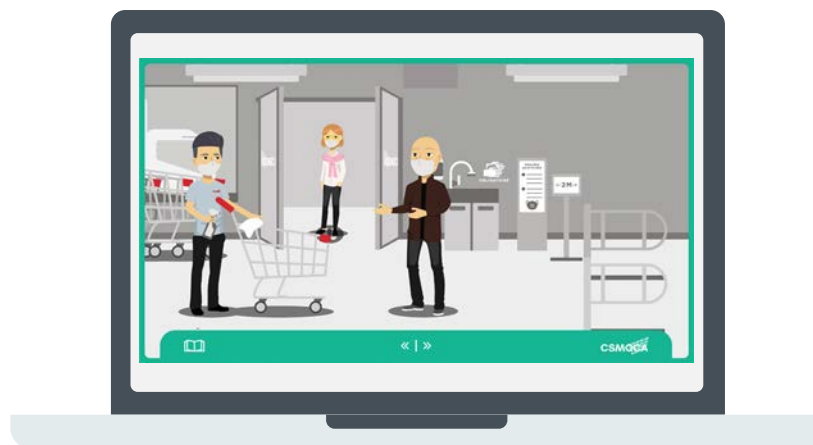
Avec l'aide financière de :

Québec

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



FORMATIONS EN LIGNE
COMMIS AMÉLIORÉES



MESURES
SANITAIRES

Visitez le [csmoca.org](https://www.csmoca.org)
et suivez-nous sur les réseaux sociaux
Contact : info@csmoca.org | 514 499-1598



CSMOCA



LES ESSENTIELS – FICHES COMMIS

Lors de l'embauche de vos nouveaux commis remettez-leur les fiches LES ESSENTIELS pour faciliter leur entrée en poste! Le CSMOCA a développé expressément pour eux des fiches d'informations simples et rapides sur ce qu'ils devront connaître et maîtriser dans le cadre de leur emploi: Santé et sécurité, Hygiène et salubrité, Service à la clientèle, Les produits, L'emballage et l'étiquetage et la tenue des comptoirs. Les fiches LES ESSENTIELS incluent également des spécifications particulières pour prévenir les risques de contaminations de la COVID-19 au sein de votre commerce. Toutes disponibles et imprimables sur notre page **COVID-19**.

Notre équipe vous invite à rester branchés sur nos réseaux sociaux (Facebook et LinkedIn) pour être l'affût de tous nos projets!

Charlotte Pigeon

Agente aux communications
cpigeon@csmoca.org



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

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

JOIGNEZ VOUS À LA DISCUSSION!

Retrouvez-nous en
cherchant le pseudo :
@ADAQuebec



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



HED | Courtier en assurance

Un programme d'assurance conçu pour votre industrie

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

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

HED | Courtier en assurance

1.800.363.9538
assuranceada@hedinc.com



DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

L'ADA tient à remercier tous les détaillants et toutes
les entreprises bioalimentaires qui ont participé!

**ENSEMBLE, VOUS SAVEZ
PROMOUVOIR LES PRODUITS D'ICI.**

CATÉGORIE COMMERCE DE PROXIMITÉ

présentée par

HED | Courtier en
assurance

GAGNANTS : Aroma Si! et Veganwave



« C'est important pour nous d'encourager
les entreprises locales pour être en
cohérence avec nos valeurs d'entreprise
et réduire notre empreinte écologique. »

– Caroline Baribeau, cofondatrice d'Aroma Si!

Vidéo : <https://vimeo.com/486985912>

CATÉGORIE PRODUIT RÉGIONAL

présentée par

 **Desjardins**

GAGNANTS : IGA Extra Marché Lambert – Bromont et La Bêlerie



« À ma grande surprise, on a généré
des ventes records de plus de 7000 \$
de ventes d'agneau! »

– Sylvain Dupuis, gérant du département de la viande,
IGA Extra Marché Lambert – Bromont

Vidéo : <https://vimeo.com/487223350>

CATÉGORIE J'AIME LES FRUITS ET LÉGUMES DU QUÉBEC

présentée par



GAGNANTS :

Metro Plus Drouin
et Le Mont Vert



« Je me reconnais ici avec l'évolution
de l'entreprise du Mont Vert.
Ça commence petit et ça grandit,
ça grandit pis c'est ça qui est beau. »

– Marie-Josée Drouin, copropriétaire Metro Plus Drouin

Vidéo : <https://vimeo.com/487225815>

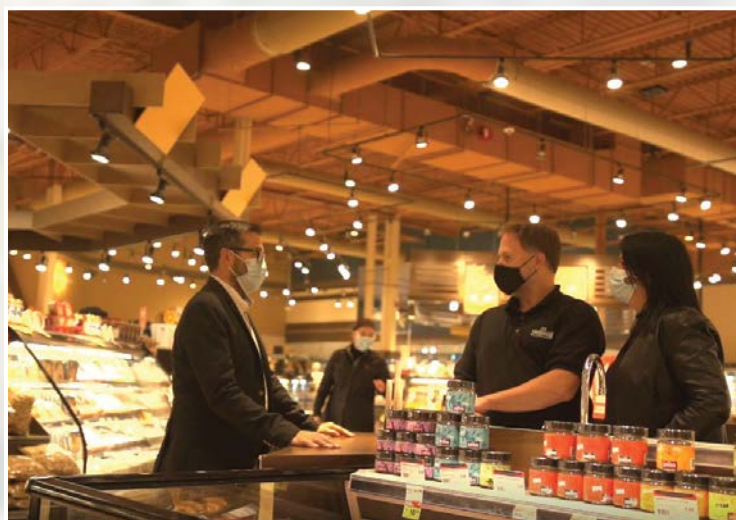
CATÉGORIE PRIX DU PUBLIC

présentée par



GAGNANTS :

IGA Extra Marché Piché
et Les Savoureux



« C'est important pour moi d'encourager
les entreprises de ma région, je me
reconnais beaucoup là-dedans. »

– Benoît-Vincent Piché, copropriétaire
du IGA Extra Marché Piché

Vidéo : <https://vimeo.com/503115590>

Le magazine

PRÉVENTION au TRAVAIL

Pour savoir comment me protéger des
risques liés à la santé et la sécurité en
milieu de travail,

Pour mieux connaître mes droits et
responsabilités en tant que travailleur
ou employeur,

je m'abonne!



preventionautravail.com/abonnement



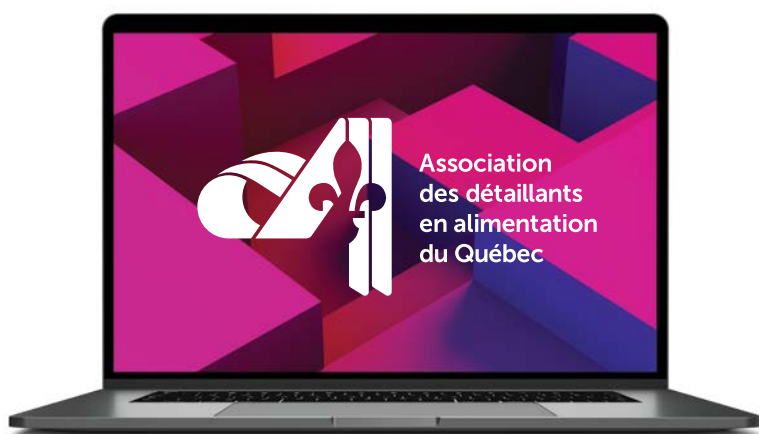


GRATUIT

**Magazine en ligne
+
Version imprimée
+
Infolettre mensuelle**

ASSEMBLÉES GÉNÉRALES ET ÉVÉNEMENT VIRTUEL DE L'ADA

Présenté par



RETOUR SUR L'ÉVÉNEMENT VIRTUEL DE L'ADA

Le 4 décembre dernier, notre association invitait ses membres, l'ensemble des détaillants, ainsi que les acteurs de l'industrie à assister à son événement virtuel. À cause de la pandémie, ce rendez-vous, disponible dans le confort de chez soi, remplaçait le congrès annuel de l'ADA qui devait se tenir au Manoir Richelieu à La Malbaie. Merci aux conférenciers et aux participants pour leur présence. Voici un résumé des conférences offertes.

Présenté par



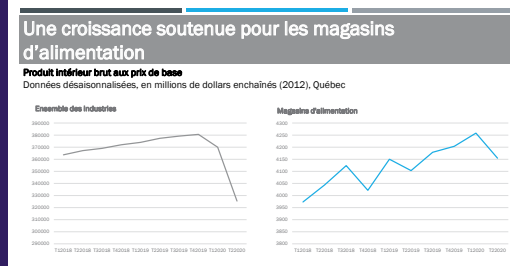
ÉCONOMIE ET EMPLOI : BILAN DES DERNIERS MOIS ET PROJECTIONS

Par Emna Braham



Emna Braham, une économiste senior à l'Institut du Québec, a fait une présentation sur le bilan économique des derniers mois, des analyses sur le marché du travail, ainsi que des projections pour l'année à venir. Avant la pandémie, le marché du travail allait bien au Québec, ayant connu une croissance consécutive de l'emploi au cours des 5 dernières années. Malgré tout, il y avait des enjeux croissants de manque de main-d'œuvre, particulièrement à l'extérieur du grand Montréal. Ce manque s'explique en partie par le vieillissement de la population, qui cause une diminution de la proportion de la population sur le marché du travail.

Lorsque la pandémie a frappé le Québec, le niveau d'emploi a drastiquement chuté et a touché presque l'ensemble des secteurs, en plus d'affecter très négativement l'économie. Toutefois, le secteur alimentaire, qui fait référence aux épiceries, aux dépanneurs et aux magasins d'alcool, a été relativement épargné et ses revenus ont continué de croître.



Dans les mois suivants, le niveau d'emploi pour le détail et le gros était supérieur au nombre de février 2020. Malgré tout, le manque de main-d'œuvre continuait de se faire sentir, alors que les chômeurs temporaires ne venaient pas nécessairement combler le besoin de l'industrie alimentaire.

Enfin, les tendances pour 2021-2022 prévoient peu de croissance pour le commerce de détail, même si le secteur alimentaire va mieux s'en sortir. Le défi pour l'industrie est de continuer à s'adapter rapidement aux modulations de la demande, mais aussi à la préférence exponentielle pour le commerce en ligne.

Présenté par

metro

RENTABILISER L'ÉPICERIE EN LIGNE DANS LE MARCHÉ DU DÉTAIL

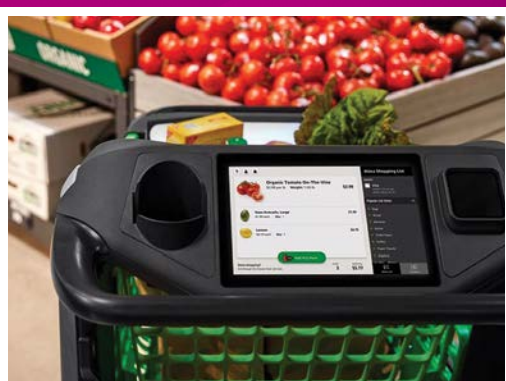
Par Jean-Marc François



Jean-Marc François est un économiste de formation, un collaborateur régulier pour le magazine *Forbes*, ainsi que le directeur général d'une firme spécialisée dans les audits au détail. La présentation de M. François était sur l'évolution récente de l'épicerie en ligne aux États-Unis et différents modèles de développement de celle-ci.

Selon lui, il y a eu un réveil collectif en 2017 lorsqu'Amazon a acheté Whole Foods. Cela a permis à Amazon de s'illustrer comme un joueur important pour le commerce alimentaire en ligne, avec comme plus grande compétition Walmart. Instacart est un autre joueur qui prend rapidement de l'importance. La crainte pour les détaillants avec un compétiteur comme Instacart, c'est que celui-ci a la possibilité de contourner les épiciers et faire affaire directement avec les fournisseurs. Cela aurait un impact direct sur le marché.

Enfin, plusieurs modèles ont été développés afin d'optimiser l'exécution des commandes. Il y a le modèle du Customer Fulfilment Centre (CFC), qui consiste à automatiser entièrement la chaîne de livraison de l'épicerie dans des entrepôts dédiés. L'exemple utilisé est celui d'Ocado. Il y a aussi le modèle de Micro Fulfilment Centre (MFC), qui consiste à utiliser la même chaîne d'approvisionnement dans un système plus flexible. Toutefois, même si l'espace peut être l'arrière-boutique ou à proximité, celui-ci est fermé au public.



Présenté par

arneg
CANADA

TOUTE LA FRANCE DANS LA COURSE DU *DRIVE*

Par Olivier Dauvers



Ingénieur en agronomie, Olivier Dauvers se spécialise dans la distribution au détail en France depuis près de 30 ans. Sa présentation portait sur l'impact du *drive*, que l'on nomme aussi *click and collect*, en France dans les commerces alimentaires. Il s'agit d'un modèle qui combine les commandes en ligne et la récupération des commandes à des endroits désignés. C'est un modèle en croissance, qui a frôlé les 10 % de part de marché en 2020.

En décembre 2020, la France comptait plus de 5250 *drives* sur son territoire. Malgré quelques différences entre les régions, on retrouve en moyenne un *drive* pour environ 12 000 habitants. Ce nombre passe sous les 10 000 habitants dans les régions de l'ouest du pays. Comme le mentionnait M. François dans sa présentation, différents modèles sont aussi utilisés en France, comme effectuer la collecte dans les magasins ou bien dans des entrepôts dédiés, ce que certaines chaînes alimentaires préfèrent utiliser, comme la bannière Leclerc. Selon M. Dauvers, on commence à voir un transfert des collectes en magasin vers des entrepôts dédiés. Cela s'explique en partie par la rentabilité du modèle d'entrepôt. En moyenne, il est possible d'amasser 80 items par heure en magasin, alors que ce nombre est de 200 items par heure en entrepôt.

Enfin, le succès du *drive* dans l'industrie alimentaire commence à gagner en popularité dans différents secteurs d'activité dans le pays. C'est notamment le cas de l'industrie du textile et de celle des jouets, qui produisent des publicités afin d'attirer la clientèle. Notons que 16 % des Français utilisent le *drive*, un nombre qui continue d'augmenter à cause de la pandémie de COVID-19.

ALLOCUTION DU MINISTRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION

André Lamontagne

Le ministre André Lamontagne, un ancien détaillant propriétaire de plusieurs Provigo, a pris la parole lors de l'événement. Il en a profité pour féliciter les détaillants pour leur travail depuis le début de la pandémie. Le personnel du secteur alimentaire a dû s'adapter rapidement à la forte hausse de l'achalandage en quelques jours à la mi-mars, alors que la COVID-19 a forcé la fermeture d'une très grande partie des commerces de détail et de restauration. Un grand merci au nom des Québécois à toute la chaîne alimentaire, car la population n'a jamais manqué de nourriture, même quand le papier de toilette est devenu une denrée convoitée.

Le ministre était aussi présent pour parler du développement de l'achat local, alors que le gouvernement annonçait deux semaines plus tôt des investissements de 157 M\$ pour le secteur bioalimentaire. Parmi ces sommes, il y a des investissements pour appuyer les marques « Aliments du Québec », un outil important dans la promotion et l'identification des produits dans nos magasins. Conscient des enjeux de main-d'œuvre importants dans notre secteur, le ministre va chercher des solutions pour le valoriser avec l'aide du ministre du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Jean Boulet.

Enfin, même s'il est parfois difficile d'obtenir des gains, comme d'obtenir l'accès aux services de garde pour les employés des services essentiels pendant la pandémie, le ministre affirme qu'il fait de son mieux pour défendre l'industrie.



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.



ERIC LA FLÈCHE EST NOMMÉ PDG DE L'ANNÉE AU CANADA

Le PDG de Metro, Eric La Flèche, est le récipiendaire du prix PDG de l'année 2020 au Canada du *Financial Post*. M. La Flèche dirige Metro depuis 2008 et travaille pour l'entreprise depuis 1991. Sous sa gouvernance, Metro a vu ses revenus augmenter jusqu'à atteindre plus de 16 milliards de dollars annuellement, en plus d'offrir un emploi à plus de 90 000 Canadiens. L'entreprise continue de croître, à la fois naturellement que par des acquisitions. La plus importante acquisition remonte à 2018, alors que Metro a acquis le Groupe Jean Coutu inc. pour la somme de 4,5 milliards de dollars.

Le prix du PDG de l'année est choisi par un comité sur la base de cinq critères, soit la vision et le leadership, la performance de l'entreprise, l'innovation, la compétitivité et, finalement, la responsabilité sociale. Avec ce prix, M. La Flèche succède à un autre Québécois, Lino Saputo Jr.



AGROPUR VEND SA DIVISION DE YOGOURTS À LACTALIS

En décembre dernier, la société québécoise Agropur a vendu sa division de yogourts, qui inclut les marques iögo et Olympic, à l'entreprise française Lactalis. Dans un communiqué de presse, la coopérative explique sa décision par une nécessité de simplifier son modèle d'affaires, ainsi qu'une concurrence plus féroce dans l'industrie. La division de yogourts d'Agropur, dont la vente doit encore être approuvée par le Bureau de la concurrence, représente 3% de son chiffre d'affaires annuel. Cette transaction affecte quelque 450 employés, de même que les usines situées à Granby, au Québec, et à Delta, en Colombie-Britannique.

Le nouveau grand patron d'Agropur, Émile Cordeau, a récemment annoncé que la société accentue ses efforts pour réduire la taille de sa dette. Au cours du dernier exercice financier, cette dernière s'est allégée de 300 millions de dollars. Par ailleurs, les ventes d'Agropur ont bondi de 6 % au courant de la dernière année.

L'INDUSTRIE



NOMINATION DE DOMINIC ARSENAULT AU CFG

Dominic Arsenault, propriétaire du IGA Alimentation Coaticook, représentera le Québec sur le conseil d'administration de la Fédération Canadienne des Épiceries Indépendantes (CFG/FCÉI). Membre impliqué de l'ADA depuis plus de 15 ans et ancien administrateur sur le conseil d'administration de l'association, M. Arsenault remplacera Isabelle Tassé au CFG. M^{me} Tassé, propriétaire du Provigo Gatineau Rivière, représentait le Québec sur le conseil depuis 2014.

M. Arsenault a aussi reçu la reconnaissance de sa communauté pour son implication et son leadership devant la crise sanitaire causée par la COVID-19. L'équipe du journal hebdomadaire *Le Progrès de Coaticook* lui a décerné le titre de Personnalité de l'année dans la communauté.



WHITE CLAW® HARD SELTZER : EXPANSION DANS LES ÉPICERIES ET LES DÉPANNEURS

Après un lancement sans précédent au Canada avec plus de 4 millions de caisses livrées, White Claw est maintenant disponible dans les épiceries et dépanneurs du Québec.

Afin de répondre à la demande exceptionnelle des consommateurs québécois, Mark Anthony Brands Canada s'associe aux Brasseries Sleeman pour introduire White Claw dans le réseau des épiceries et dépanneurs. Cette expansion survient alors que la catégorie des boissons alcoolisées pétillantes (*seltzers*) connaît une forte croissance et que White Claw s'avère un succès à la SAQ depuis son lancement l'année dernière.

« Sleeman, grâce à une compréhension fine de la culture dynamique du Québec, s'est forgé une solide tradition de croissance de ses propres marques de bière et des marques de ses partenaires au Canada, déclare Scott Walton, président de Mark Anthony Brands. Nous unissons nos forces pour exploiter tout le potentiel du réseau des épiceries et dépanneurs afin d'offrir aux consommateurs québécois un accès encore plus grand à la marque no 1 de boisson alcoolisée pétillante au Canada. »

« La croissance de White Claw est fulgurante au Québec et le nouveau partenariat Mark Anthony-Sleeman est prometteur. Notre passion commune d'offrir aux consommateurs les meilleurs produits nous permettra de répondre à l'énorme demande dans la province », affirme Éric Cardin, directeur général des ventes de Brasseries Sleeman Ltée.

57^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



27 SEPT. 2021



UNE DATE À RETENIR!

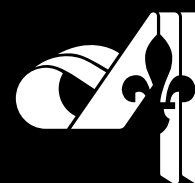
Plus de détails vous
seront communiqués
prochainement

27 SEPTEMBRE 2021

C'est avec enthousiasme que nous vous
invitons au prestigieux Club de golf Elm
Ridge. Fondé en 1924, le Elm Ridge est
devenu au fil des ans l'un des clubs les
plus renommés au Canada.

INFO

Marie-France Coulombe
(514) 982-0104 #237
mfcoulombe@adaq.qc.ca



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Du nouveau dans le programme ATE+ en boucherie!

Malgré la situation exceptionnelle, cinq nouvelles cohortes ont vu le jour en septembre dernier. C'est plus de 70 étudiants qui ont la possibilité de réaliser des stages en magasin.

La formation ATE+ permet aux étudiants inscrits d'être rémunérés durant l'ensemble de la période d'apprentissage, qui est d'une durée de 900 heures.

Près de 65 marchands situés en Mauricie, en Estrie, dans le Bas-Saint-Laurent, en Montérégie et au Saguenay–Lac-Saint-Jean ont accueilli des élèves au sein de leur organisation.



Le programme ATE+ continue sur sa lancée!

En plus des cinq cohortes déjà en place, qui ont déposé une nouvelle demande à la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) en janvier dernier pour poursuivre le programme, quatre nouvelles cohortes ont fait une demande pour offrir la formation cet automne! (*Voir ci-dessous*) Les groupes d'étudiants débiteront leur formation en septembre 2021 et bénéficieront au cours de celle-ci de 360 heures de stage dans un commerce de détail alimentaire dans leur région.

Cohortes 2020-2021

Villes	Nombre d'étudiants	Magasins impliqués
Trois-Rivières	16	15
Sherbrooke	18	14
Cowansville	16	15
Jonquière	17	14
Rivière-du-Loup	6	6
Total :	73	64

Cohortes à venir : Montmagny, Joliette, Longueuil et Québec

ACTUALITÉS TCBO

MONTRÉAL

GRÂCE AU CIBÎM, DÉCOUVREZ LES PRODUITS LOCAUX DE MONTRÉAL

Le Conseil des industries bioalimentaires de l'île de Montréal (CIBÎM) assume le rôle de Table de concertation pour le secteur bioalimentaire 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. Il a pour but d'**accompagner** les entreprises tout au long de leur croissance, de les **promouvoir**, de les **soutenir** dans leur développement d'affaires de même que dans leurs démarches en commercialisation.

L'un de ces projets majeurs est d'outiller, de former et d'accompagner les transformateurs alimentaires qui désirent vendre dans le marché du détail. Force est d'admettre qu'avec la valorisation actuelle de l'achat de produits locaux, le CIBÎM a beaucoup à faire!

En effet, celui-ci a su développer une expertise en accompagnement des transformateurs de leur cuisine de production à vos tablettes.

Ainsi, en mars 2020, commençait le *Parcours croissance commercialisation alimentaire*. Les transformateurs participants ont appris à calculer leur coût de revient en tenant compte des dépenses de distribution et de promotion propres à la vente au détail. En outre, ils se sont familiarisés avec les notions de planogramme, de *facing*, etc.

Grâce à l'accompagnement sur mesure offert par le CIBÎM depuis le printemps dernier, plus d'une trentaine de fabricants de produits locaux ont pu se retrouver sur vos étagères. Plusieurs d'entre eux ont bénéficié de nos services pour être listés en magasin alors que d'autres, récemment répertoriés, nous venaient de vos collègues détaillants.

Le CIBÎM, c'est aussi l'événement annuel de *Rencontres d'acheteurs*, qui se tiendra pour la 3^e année consécutive du 8 au 17 février 2021. Au cours de cette activité, plus de 80 rencontres individuelles sont planifiées, où des transformateurs ont 20 minutes pour faire une présentation de vente à un acheteur du marché du détail.

Quel avantage y trouve le détaillant? De l'avis de plusieurs détaillants, un fournisseur local bien coaché, c'est payant!

Vous voulez découvrir des produits locaux? Vous voulez avoir des exclusivités? Vous voulez avoir des produits innovants et dont les entreprises performant? N'hésitez pas à communiquer avec nous pour connaître nos services, pour découvrir de nouveaux produits locaux ou pour participer à notre journée de *Rencontres d'acheteurs*: Service@cibim.org



FÉLICITATIONS

AUX FINALISTES ET LAURÉATS

2020

PRIX
INNOVATION
en alimentation
2020

CTAQ

PARTENAIRES :

Desjardins

BANQUE
NATIONALE

Investissement
Québec

FASKEN Québec

LAURÉATS

CATÉGORIE PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS

- A** ALCOOLS DISTILLÉS
LOOP Mission pour son Gin LOOP lime et gingembre
- B** BOISSONS ALCOOLIQUES FERMENTÉES
Le Bilboquet microbrasserie pour son Félix bourbon
- C** CHOCOLATS, COLLATIONS, DESSERTS ET CONFISERIES
Laiterie Chalifoux – Maison Riviera pour son Délice végétal à l'avoine
- D** JUS & BOISSONS
Distillerie NOROI pour son Prêt à boire sans alcool
- E** METS PRÉPARÉS, PRÊTS À SERVIR OU À ASSEMBLER
GoGo Quinoa pour son Macaroni au fauxmage
- F** PRODUITS DE BOULANGERIE ET DE PÂTISSERIE
Les Snorôs pour leurs Gaufres aux légumes
- G** PRODUITS DE LONGUE CONSERVATION
Oliméga Inc pour ses Graines de caméline torréfiées
- H** PRODUITS DE POISSONS ET DE FRUITS DE MER
Fumoir Grizzly Inc. pour son Effiloché de saumon fumé
- I** PRODUITS DE SPÉCIALITÉ
GUSTA Foods Inc. pour ses Cretons et pâtés véganes biologiques
- J** CATÉGORIE TECHNOLOGIE ET PRODUCTIVITÉ
Cascades Groupe Produits Spécialisés pour sa Barquette de carton thermoformé faite de matières 100 % recyclées et 100 % recyclable
- K** CATÉGORIE EMBALLAGE
Cascades Groupe Produits Spécialisés pour sa Barquette de carton thermoformé faite de matières 100 % recyclées et 100 % recyclable
- L** PRIX COUP DE CŒUR DU JURY
VegPro International Inc. pour ses Salades Attitude Fraîche maintenant offertes dans des emballages en plastique 100 % recyclé
- M** PRIX ENTREPRENEURIAT BANQUE NATIONALE
THEOBROMA Chocolat
- N** PRIX ENTREPRISE INNOVANTE DESJARDINS
GUSTA Foods Inc.
- O** PRIX ÉCO-RESPONSABLE FASKEN
LOOP Mission
- P** PRIX PRODUCTIVITÉ INVESTISSEMENT QUÉBEC
THEOBROMA Chocolat

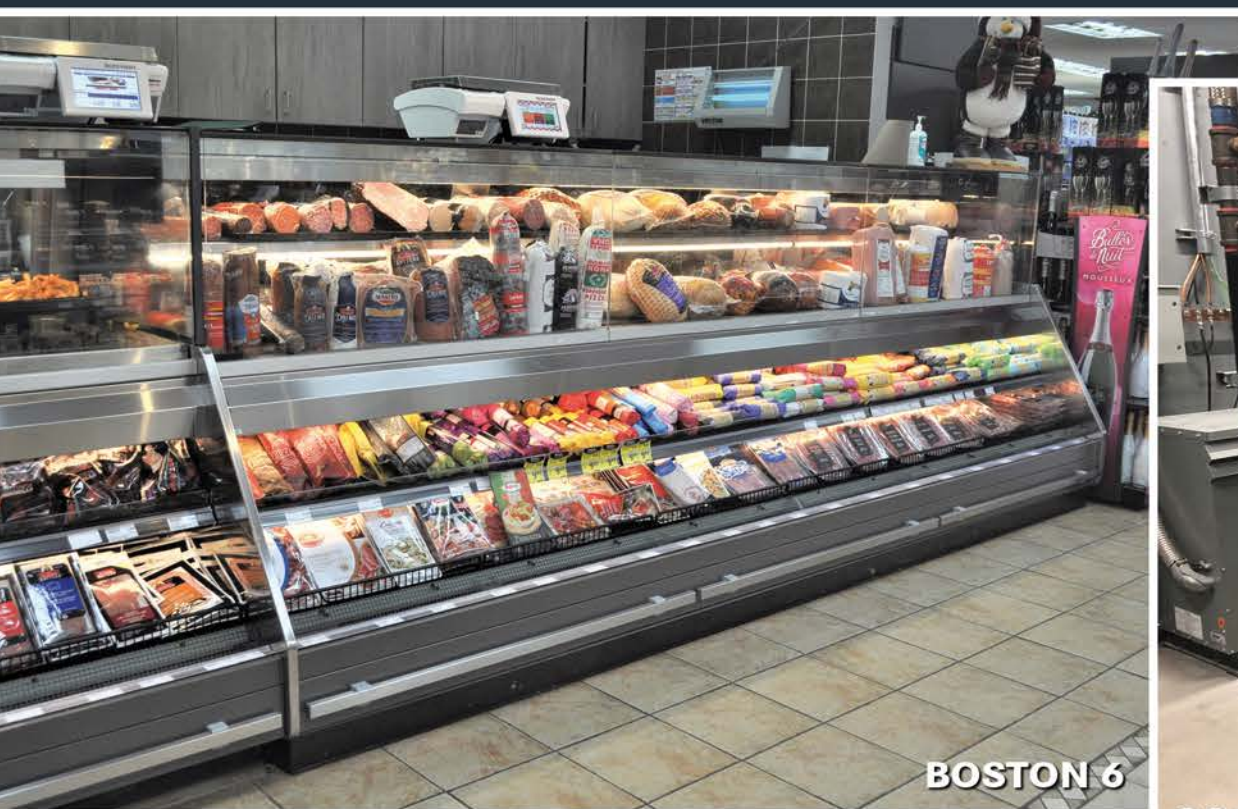


maturin

FINALISTES

Aliments Krispy Kernels inc. pour sa Gamme d'arachides dans un emballage portable, refermable et recyclable | Aliments Morehouse Canada Limité pour ses Trempettes Le Grec | Aliments Wisely Inc. pour les Pizzas Wisely | Art Kombucha Inc. pour ART Kombucha, le 1er kombucha alcoolisé canadien | Bassé Nuts pour Everything Bagel Seasoned Cashews | Bonduelle Canada Inc. pour ses Betteraves en dés Del Monte cuites à la vapeur dans un emballage sous-vide | Comont – Maîtres Distillateurs pour son Spiritueux d'agave | Distillerie du Fjord inc. pour son 48 Chemin Price, Gin | Distillerie NOROI pour son Écocap clip | Distillerie NOROI pour son Émulsifiant | Distillerie NOROI pour sa Liqueur à l'érable | Distillerie Shefford pour sa Vodka d'érable | Domaine Des Coulées pour Souvenirs d'hiver | Fruit d'Or (Patience Fruit & Co) pour ses Canneberges biologiques séchées tranchées, sans sucre ajouté | Globe Protein Inc. pour sa Galette burger Ento-Végétale *Grillon La Viande Crickmeat* ^{MC} | Groupe Détail St-Hubert pour sa Nouvelle gamme d'épices St-Hubert | GUSTA Foods Inc. pour son Burger vegan à trancher | La Miellerie King pour les 1^{er} cocktails d'hydromel en canette au Québec | Le smoothie à croquer pour sa Barre glacée végane et 100 % naturelle | Les Aliments Boréal Inc. pour son Burger Végan Vivanda Boréal | Les Aliments Jardi inc. pour sa Canette 12 oz contenant différentes variétés d'arachides et noix (grignotines) | Les Productions Alimentaires L'Épicurienne pour leur Sauce végane style « bolognaise » pour pâtes | Madame Labrisky Inc. pour sa Bûche sans gluten La Bomba Rosa | Madame Labrisky Inc. pour ses Muffins santé sans gluten | Mateina pour le Yerba Maté dans leur recette d'infusion énergisante | NaaWelli Inc. pour Jooni! – Jus naturel et biologique | Sotek inc. pour son E-streaming Platinum | St-Hubert Détail / Maître Saladier pour ses Pâtés végétariens St-Hubert | THEOBROMA Chocolat pour Theobroma Chocolat Chunkies | Vins Arterra Canada pour son Bù Chardonnay mousseux canadien dosé au vin de glace

POUR TOUS VOS BESOINS, LES MEILLEURES SOLUTIONS



BOSTON 6



CO2 SYSTÈME



DAYTONA

SENDAI



arneg

CANADA



arneg

SYSTÈMES

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