



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec

# DEMANDES PRÉBUDGÉTAIRES 2026-2027

Présentation dans le cadre des consultations  
prébudgétaires du ministre des Finances du  
Québec, monsieur Eric Girard



# Plan de la présentation



1. Présentation de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA)
2. Portrait des membres
3. Contexte économique
4. Réalité d'un détaillant
5. Trois orientations prioritaires
  - a. Commerces en région
    - i. Données
    - ii. Demande budgétaire
  - b. Virage numérique et innovation
    - i. Données
    - ii. Demande budgétaire
  - c. Main-d'oeuvre
    - i. Données
    - ii. Demande budgétaire



# 1. Présentation de l'ADA

## MISSION

Assurer la pérennité des détaillants-propriétaires et le développement de l'industrie alimentaire au Québec par:

- La concertation et l'union des forces;
- L'information et les services aux membres;
- La démocratisation et la valorisation de nos professions;
- La défense des intérêts communs et la résolution de problématique concrètes.

## VISION

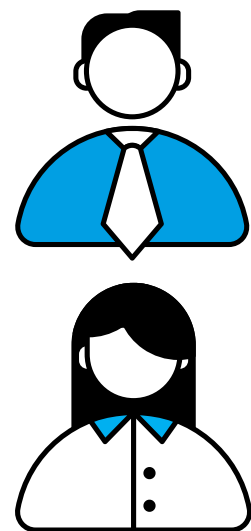
Des communautés bien desservies et conscientes de l'impact de ses choix de consommation grâce au savoir-faire et à la proximité des détaillants-propriétaires en alimentation

## VALEURS

- Collaboration
- Proximité
- Durabilité
- Excellence
- Service

# 2. Portrait des membres

## PROFIL DES MEMBRES



- Toute personne, société ou corporation dont l'activité principale est consacrée à la vente au détail d'aliments:
  - Dépanneurs
  - Magasins spécialisés
  - Épicerie de - de 10 000 pi<sup>2</sup>
  - Épicerie de + de 10 000 pi<sup>2</sup>
- Présents dans l'ensemble des régions administratives du Québec.

## RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

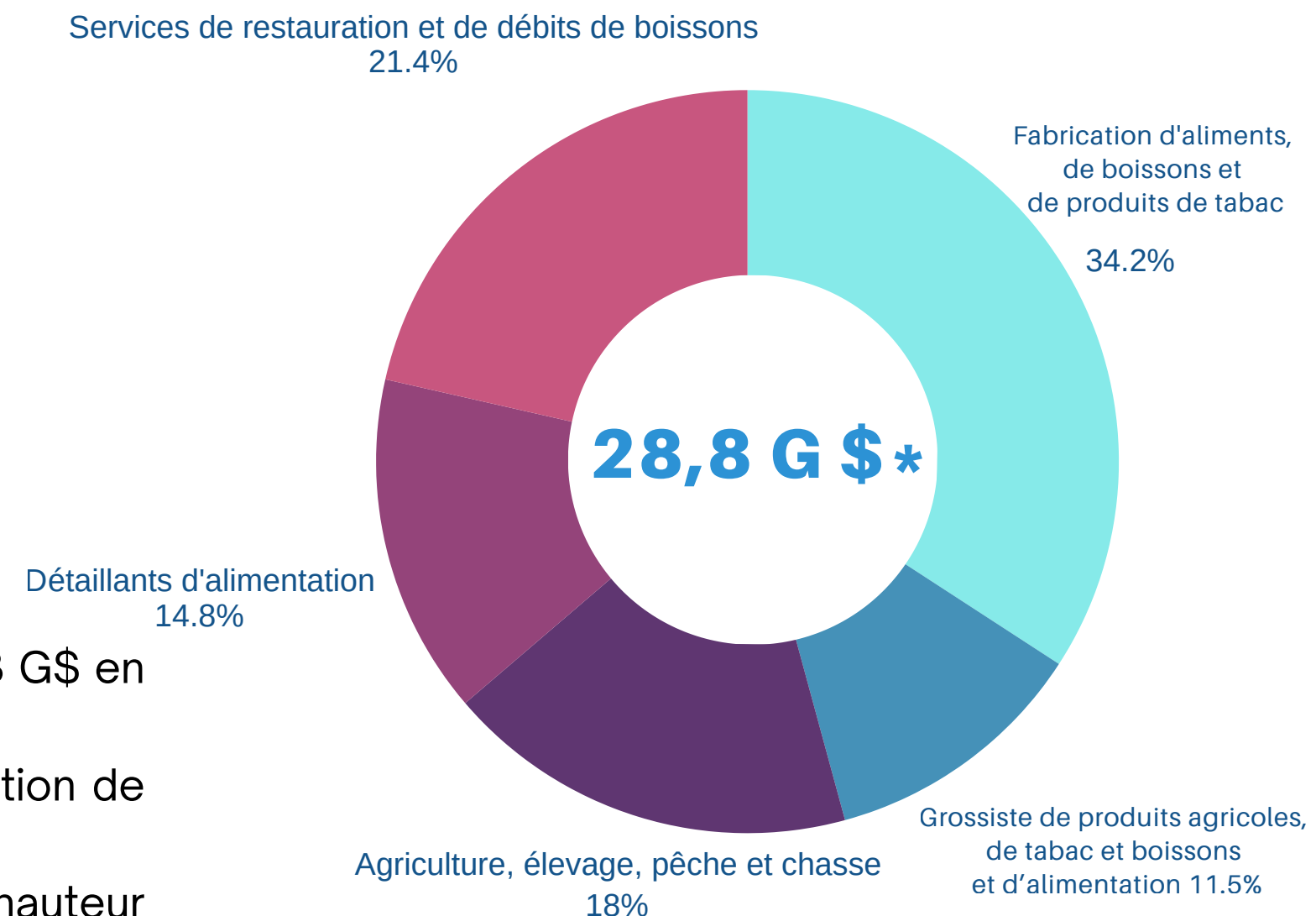
- Les détaillants en alimentation ont contribué au PIB du Québec à la hauteur de 4,3 G\$ en 2024 (14,8 % de l'industrie bioalimentaire)
- Les détaillants en alimentation maintiennent et renforcent leur place dans la création de valeur dans l'industrie bioalimentaire.
- Avec 120 242<sup>1</sup> emplois au Québec, le secteur du détail en alimentation participe à hauteur d'environ 35 000 \$<sup>2</sup> de valeur ajoutée par emploi.

<sup>1</sup> Source : CSMOCA - Diagnostic sectoriel 2020-2023 de la main-d'œuvre, page 15

<sup>2</sup> Selon les données du MAPAQ croisées à celles du CSMOCA (PIB/emplois pour 2024).

## Répartition du PIB de l'industrie bioalimentaire du Québec en 2024 (année de référence 2017)

\*excluant le cannabis



[Statistique Canada](#)

# 3. Contexte

## DES PRIX QUI FLUCTUENT, DANS UN ENVIRONNEMENT D’AFFAIRES COMPLEXE

### Coût des aliments au Canada en 2025

- Augmentation moyenne de 3,4 % des prix des aliments par rapport à 2024, dans la fourchette prévue de 3 % à 5 %.

### Projection - Rapport sur les prix alimentaires au Canada 2026\*

- Hausse supplémentaire des prix des aliments estimée entre 4 % et 6 % en 2026.

Une multitude de facteurs créent des enjeux économiques et opérationnels pour les détaillants en alimentation :

- Changements climatiques et événements météo extrêmes qui perturbent les récoltes et l’approvisionnement;
- Tarifs, tensions commerciales et faiblesse du dollar canadien qui renchérissent les importations;
- Augmentation durable du coût des intrants pour l’ensemble de la chaîne (énergie, transport, intrants agricoles, transformation);
- Rareté de main-d’œuvre et pressions salariales dans le commerce de détail et la transformation.

\*Source : 16e édition du rapport sur les prix alimentaires au Canada 2025, Dalhousie University, The University of British Columbia, University of Guelph, University of Saskatchewan.

# 4. Réalité d'un détaillant

## MYTHES/RÉALITÉS

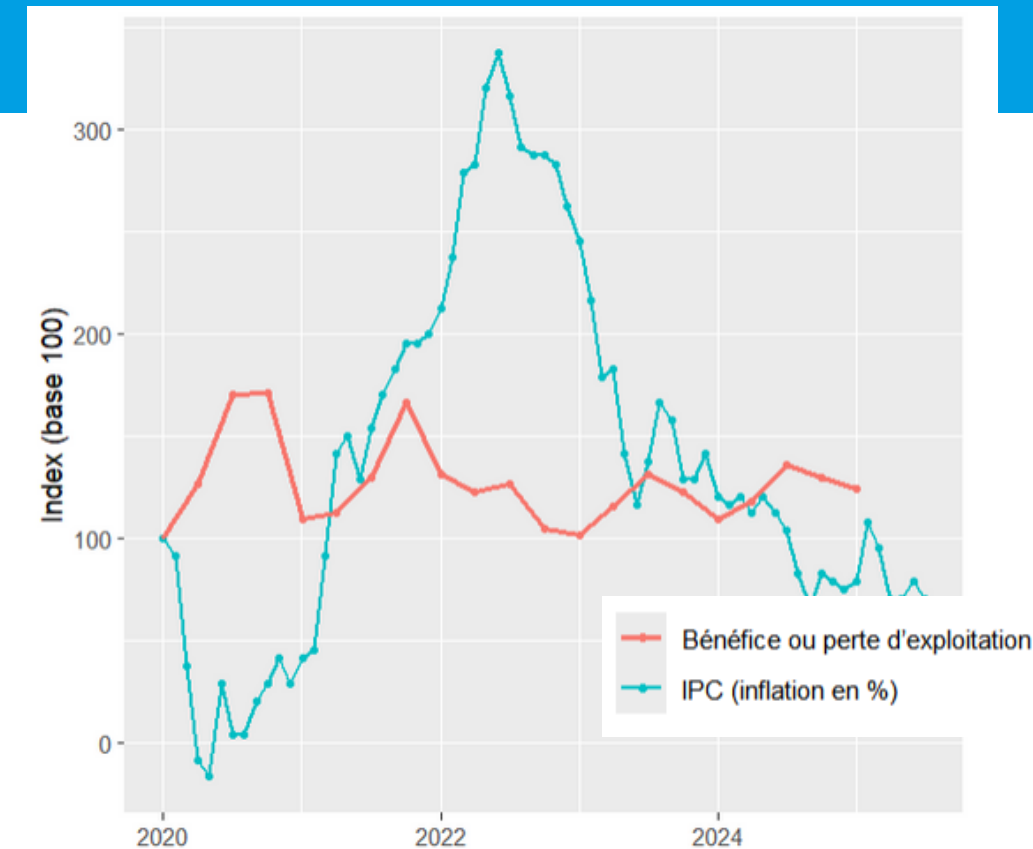
- **Les détaillants en alimentation ont augmenté leur marge de profits au cours des dernières années**
  - Faux. La marge de profit moyenne des détaillants n'a pas augmentée, elle est d'environ 1,5 %. Comme acteur du secteur tertiaire, le coût des aliments dépend des charges de l'ensemble de la chaîne bioalimentaire.
- **Il y a peu de risque pour un détaillant en alimentation. Les données sur les profits du secteur le démontre.**
  - Faux. Il faut faire une distinction entre un détaillant propriétaire et les autres acteurs de l'industrie. Les marges bénéficiaires des détaillants (environ 1,5 %) sont faibles et leurs charges administratives ne cessent d'augmenter. La gestion de l'inventaire (dont une partie considérable est périssable), le vol à l'étalage, la hausse du coût des loyers, la hausse du taux d'intérêt et la rareté de la main-d'oeuvre sont d'autres exemples des risques avec lesquels ces entreprises jonglent;
  - Particularités régionales : le Québec a un très grand territoire. Malheureusement, plusieurs citoyens vivent dans des déserts alimentaires. Plusieurs raisons expliquent cette réalité. Concernant les détaillants en alimentation, les enjeux régionaux peuvent poser un frein supplémentaire à la pérennité de ces entreprises (enjeux de main-d'oeuvre, approvisionnement plus complexe, etc.).

# 4. Réalité d'un détaillant

## MYTHES/RÉALITÉS

**Les détaillants en alimentation ont augmenté leur marge de profits au cours des dernières années**

- Faux. La marge de profit moyenne des détaillants n'a pas augmentée (environ 1,5 %)
- Comme acteur du secteur tertiaire, le coût des aliments dépend des charges de l'ensemble de la chaîne bioalimentaire.



- **Il y a peu de risque pour un détaillant en alimentation. Les données sur les profits du secteur le démontrent**
  - Faux. Il faut faire une distinction entre un détaillant propriétaire et les autres acteurs de l'industrie. Les marges bénéficiaires des détaillants (environ 1,5 %) sont faibles et leurs charges administratives ne cessent d'augmenter. La gestion de l'inventaire (dont une partie considérable est périssable), le vol à l'étalage, la hausse du coût des loyers, la hausse du taux d'intérêt et la rareté de la main-d'oeuvre sont d'autres exemples des risques avec lesquels ces entreprises jonglent;
  - Particularités régionales : le Québec a un très grand territoire. Malheureusement, plusieurs citoyens vivent dans des déserts alimentaires. Plusieurs raisons expliquent cette réalité. Concernant les détaillants en alimentation, les enjeux régionaux peuvent poser un frein supplémentaire à la pérennité de ces entreprises (enjeux de main-d'oeuvre, approvisionnement plus complexe, etc.).

# 5. Trois orientations prioritaires



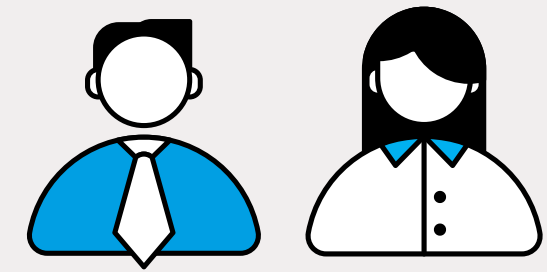
## COMMERCES EN RÉGION

Assurer la pérennité des détaillants en alimentation en région et contrer les deserts alimentaires



## VIRAGE NUMÉRIQUE ET INNOVATION

Faciliter le virage numérique des détaillants en alimentation afin d'augmenter leur productivité



## MAIN-D'OEUVRE

Favoriser la rétention du personnel en contexte de rareté de la main-d'oeuvre

# A) Commerces en région (données)

## ENJEUX

- **Désert alimentaire** : secteur économiquement défavorisé et caractérisé par un faible accès à des commerces offrant des aliments de haute valeur nutritive<sup>1</sup>.
  - Au Québec, plus de 420 000 québécois vivent dans un désert alimentaire<sup>2</sup>.
  - Dans certaines régions éloignées des grands centres, de 8 à 23 % de la population vit dans des déserts alimentaires.
  - Mais aussi dans plusieurs secteurs urbains : certains secteurs de Montréal et son agglomération, ainsi que dans des quartiers de Québec et Lévis; on retrouve aussi des zones critiques dans les centres urbains de Trois-Rivières, Shawinigan et Sherbrooke<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Source : <https://www.inspq.qc.ca/boite-a-outils-cooperative-alimentaire/identification-deserts>

<sup>2</sup> & <sup>3</sup> Source: <https://www.donneesquebec.ca/recherche/dataset/indices-de-desert-alimentaire-et-d-accessibilite-aux-commerces-d-alimentation>"Fiche synthèse – Indice désert alimentaire, Données Québec

# A) Commerces en région (données)

## ENJEUX

- **Secteur à faible accès aux aliments de haute valeur nutritive** : secteur où la distance moyenne séparant les lieux de résidence et le plus proche commerce offrant des aliments de haute valeur nutritive est d'un kilomètre ou plus en milieu urbain; de seize kilomètres ou plus en milieu rural.
  - Environ 45,5 % de la population québécoise habite des secteurs offrant un faible accès géographique aux commerces d'alimentation, et 5,7 % de la population habite des secteurs pouvant être considérés comme des déserts alimentaires (Québec. INSPQ, 2013 ; Gobeil, 2019).
  - Les commerces de proximité situés en région peuvent être les seuls à fournir un service alimentaire de base dans ces zones, ce qui en fait aussi un enjeu d'équité territoriale et de santé publique

## CONSULTATION AUX MEMBRES

- 51 % des répondants mentionnent que leur magasin est situé dans un village, milieu dévitalisé ou désert alimentaire.

# A) Commerces en région (demande budgétaire)

## DEMANDE BUDGÉTAIRE

- Poursuite des investissements afin de répondre à l'engagement de 470 millions de dollars pour aider les villages du Québec à assurer les services de proximité.

## MESURES À ENVISAGER

- Nous appuyons la poursuite du volet Commerces de proximité du Fonds régions et ruralité (FRR) qui a fait l'objet d'une annonce de 50 M\$ en 2024. Ce programme propose un éventail de solutions permettant d'assurer la pérennité des commerces essentiels situés dans des municipalités de 20 000 habitants. Il est bien reçu par les détaillants en alimentation, notamment en raison des critères de sélection qui sont en adéquation avec les besoins des milieux.
- Les besoins sont très grands actuellement. Chaque projet permet d'assurer la disponibilité des produits dans des villages qui ont majoritairement une seule épicerie, nécessaire à la vitalité de nos régions.

# B. Virage numérique et innovation (données)

## CONTEXTE ET ENJEUX

- Le contexte de rareté de main-d'œuvre et l'augmentation des coûts demandent aux entreprises de mettre en place des mesures innovantes afin de pallier ces enjeux;
- La majorité (81 %) des détaillants en alimentation et des détaillants des autres secteurs souhaitent concentrer leurs prochains investissements sur des technologies augmentant la productivité de leurs employés, principalement dans un contexte où les ressources humaines demeurent le plus grand enjeu opérationnel (98 %). Les détaillants ayant implantés ces solutions ont réussi à doubler le productivité. (*2025 Connected Retail Experience Study*);
- Enjeu : L'implantation de ces solutions est très dispendieuse (généralement au-delà de 100 000 \$) alors que les marges bénéficiaires des détaillants sont d'environ 1,5 %. Les quelques mesures (financement et crédits d'impôts) disponibles sont limitées, ne sont pas axées sur la réalité des détaillants et ne permettent pas de les soutenir adéquatement.

## CONSULTATION AUX MEMBRES

- Caisses libre-service:
  - 59 % en ont déjà;
  - 63 % de ceux qui n'en ont pas aimeraient en installer.
- Étiquetage électronique :
  - 5 % en ont;
  - 92 % de ceux qui n'en ont pas aimerait en installer.

# B. Virage numérique et innovation (demande budgétaire)

## DEMANDE BUDGÉTAIRE

La création d'un programme de financement pour le virage numérique et l'innovation axé sur la réalité des détaillants en alimentation.

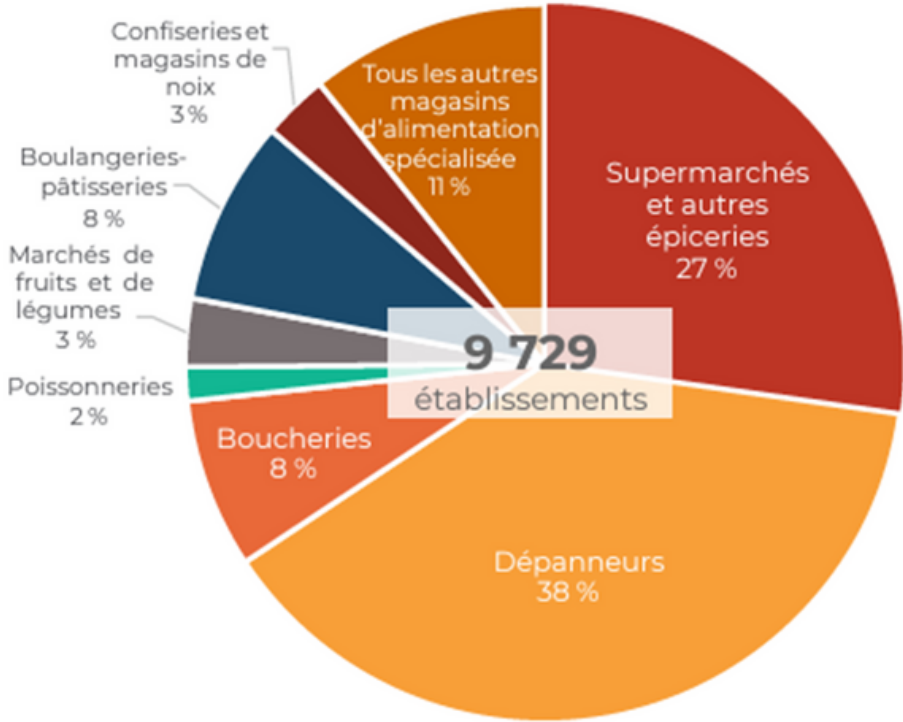
# C. Main-d'oeuvre (données)

## PORTRAIT DE LA MAIN-D'OEUVRE ET FORMATION ATE+BOUCHERIE

- 20 000 employés seront à former pour les postes de caissier, commis au service à la clientèle et boucher\*;
- 2019 : mise en place d'un programme DEP en boucherie de détail en alternance travail-études coordonné par l'ADA et financé par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT):
  - 610 étudiants formés depuis le début de la formation;
  - Formation disponible dans 14 centres de formation professionnelle.

Tableau 4. Principaux indicateurs de la contribution du commerce de l'alimentation à l'économie québécoise

|                                                   | Secteur du détail de l'alimentation    | Secteur de gros de l'alimentation    | Secteur du commerce de l'alimentation |                           |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| Nombre d'établissements (2019) <sup>1</sup>       | 9 729                                  | 3 523                                | 13 252                                |                           |
| Contribution au PIB du Québec (2017) <sup>2</sup> | 3 349 M\$                              | 3 664 M\$                            | 7 013 M\$                             | 2 % du PIB du Québec      |
| Nombre d'emplois estimé (2019) <sup>6</sup>       | 120 242 emplois                        | 27 983 emplois                       | 148 225 emplois                       | 4 % des emplois du Québec |
| Revenus d'exploitation (2017)                     | 25 742 M\$ <sup>4</sup>                | 29 555 M\$ <sup>5</sup>              | 55 297 M\$                            |                           |
|                                                   | 20 % des revenus du commerce de détail | 19 % des revenus du commerce de gros |                                       |                           |



\*Source : Diagnostic sectoriel 2020-2023 de la main-d'œuvre réalisé par le Comité sectoriel de la main-d'œuvre du commerce d'alimentation (CSMOCA)

# C. Main-d'oeuvre (consultations et demande budgétaire)

## CONSULTATIONS AUX MEMBRES

- Près du quart des employés ont plus de 55 ans (23,82 %);
- 91 % considère qu'il devrait y avoir de meilleures mesures fiscales pour favoriser la rétention des employés expérimentés (91%).

## DEMANDE BUDGÉTAIRE

Bonification du crédit d'impôt pour la prolongation de carrière pour les employés de 65 ans et plus.

# Demandes budgétaires

## COMMERCE EN RÉGION

Poursuite des investissements afin de répondre à l'engagement de 470 millions de dollars pour aider les villages du Québec à assurer les services de proximité.

## VIRAGE NUMÉRIQUE ET INNOVATION

La création d'un programme de financement pour le virage numérique et l'innovation axé sur la réalité des détaillants en alimentation.

## MAIN-D'OEUVRE

Bonification du crédit d'impôt pour la prolongation de carrière

# En conclusion

Pierre-Alexandre Blouin - Président-directeur général  
[pblouin@adaq.qc.ca](mailto:pblouin@adaq.qc.ca)

Samuel Bouchard Villeneuve – Directeur, Affaires publiques  
[sbouchard@adaq.qc.ca](mailto:sbouchard@adaq.qc.ca)

