



Quelle est la marge de manœuvre des détaillants sous bannière?

Journées annuelles de santé publique

Centre des congrès de Québec – 26 novembre 2014

Déroulement :



1. Qui est l'A.D.A.
2. Attentes des consommateurs
3. Comportements d'achat
4. Marge de manoeuvre
5. Conclusion et questions

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Qui est l'A.D.A.:



Depuis 1955, par des détaillants propriétaires
pour les détaillants propriétaires!



Repose sur les cotisations volontaires des membres!
2 000 membres cotisants / 8 000

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Qui est l'A.D.A.:



► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Qui est l'A.D.A.:



Principe d'égalité entre les membres :
Peu importe la taille, l'affiliation, l'influence ou le chiffre d'affaires!



1 magasin = 1 vote
6 magasins = 1 vote
X magasins = 1 vote

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Qui est l'A.D.A.:



► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Qui est l'A.D.A.:



► Types de commerces (propriété et opérations) :

► Indépendants

► Affiliés

► Franchisés

► Corporatifs

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Attentes des consommateurs :



sucre ogm gluten
fraîcheur environnemental
artisanal bon praticité
gaspillage biologique facile
traçable santé gras ruptures
local rapide pesticides prix
origine sécuritaire naturel
perfection moches goût-plaisir

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Attentes des consommateurs :



fraîcheur

praticité

santé

prix

origine

goût-plaisir

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Attentes des consommateurs :



Produit optimal?



Marges?



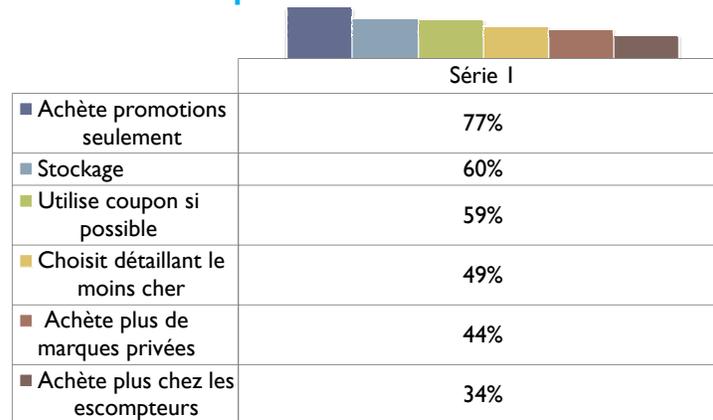
Commerce = Profit

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Comportements d'achat :



- En général que faites-vous pour épargner lorsque que vous achetez des produits de consommation?



Sources : Nielsen PanelViews, mai 2013

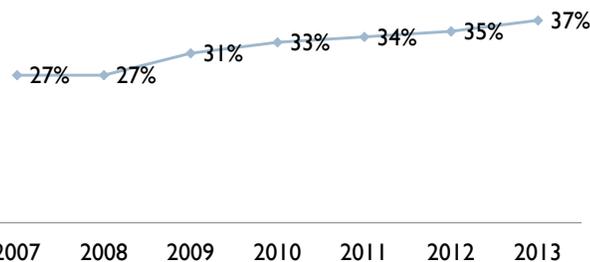
- Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Comportements d'achat :



- Depuis la récession, les ventes faites en promo ont augmentées plus rapidement que les ventes totales!

% vendu en promo (TPR) au Canada



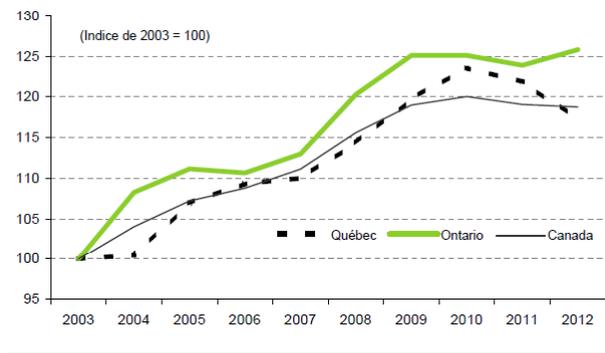
Sources : Nielsen MarketTrack, GB+MM+DG, 12 semaines se terminant le 29 juin 2013

- Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Comportements d'achat :



Croissance des ventes des supermarchés par habitant au Québec, en Ontario et au Canada, de 2003 à 2012



Source : Statistique Canada, tableaux CANSIM 080-0020 et 051-0001; compilation du MAPAQ.

Sources : MAPAQ, *Botin statistique de l'alimentation*, 2013

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Comportements d'achat :



L'épicurien n'est malheureusement pas la norme!

Depuis 2008



► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Comportements d'achat :



Ce ne sont pas les sondages, mais les comportements d'achats qui dictent l'offre au détail.

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Encourager
l'économie locale

≠

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Plaisir de manger

≠

COMFORT
FOOD

Regain pour la cuisine

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Améliorer
l'offre?

=



Si la demande ne
rejoint pas l'offre

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Consommateurs
pressés

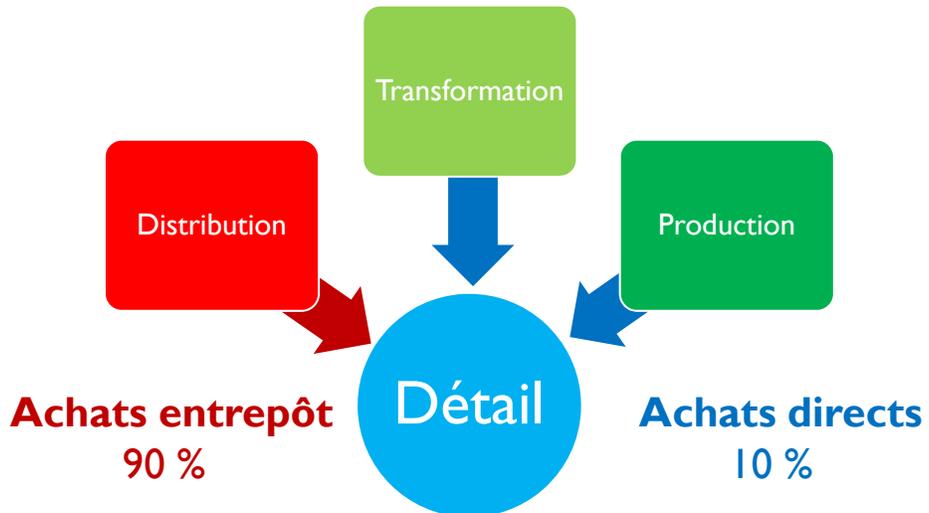
≠



Offre grandement
améliorée!

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Achats entrepôt
90 %

Détail

Achats directs
10 %

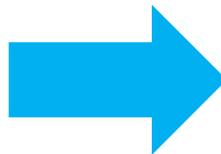
► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



**Détaillants propriétaires
indispensables aux petits
producteurs et transformateurs
Apprendre à marcher avant de courir**

Local



National

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



**La découverte de
produits et de saveurs
= saine alimentation**

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



**Tous les détaillants
s'efforcent de devenir
une destination
d'achats récurrentes.**

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



Metro Plus Riendeau, Ste-Julie



- ▶ 35 000 produits d'épicerie
- ▶ Nouveau magasin de référence
- ▶ Sections : Bio – Sans gluten – Terroir
Matériel de cuisine – Chocolats fins
- ▶ Brulerie et Bistro
- ▶ Large éventail de prêt-à-manger
- ▶ Atelier gourmand côté cuisine

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

IGA Extra Gazaille, Magog



23 500 à 50 500 pi2

- ▶ Compétition accrue à Magog
- ▶ Impossible de répondre aux demandes croissantes des clients
- ▶ Accepter la décroissance et être à la traîne dans son marché...
- ▶ ... ou plutôt dicter la parade!
- ▶ Investissement de 11 M \$

▶ Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

IGA Extra Gazaille, Magog



- ▶ Éduquer ses clients...
particulièrement les jeunes
- ▶ Rachele-Béry - Bio - Sans Gluten
- ▶ Boutique de thés – Bistro/café
- ▶ Plantes médicinales - Crudescence
- ▶ Manger pour s'énergiser et faire plaisir au corps et à l'esprit

▶ Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

L'Intermarché Boyer, Montréal



- ▶ Il y a 6 ans, Franck Hénôt et Danny Therrien reprenaient un commerce plutôt mal en point.
- ▶ Objectif : s'établir comme destination au coeur du Plateau
- ▶ S'adapter à la clientèle

▶ Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

L'Intermarché Boyer, Montréal



- ▶ Réaménager l'ensemble des départements + élargir l'offre
- ▶ Priorité aux produits locaux
- ▶ Fromages, viandes, microbrasseries
- ▶ Éliminer une rangée d'épicerie...
- ▶ Depuis 1 an : accent mis sur les fruits et légumes biologiques

Fruits et Légumes : 12 %

Ventes : + 8 %

BIO

Épicerie : 16 %



▶ Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



**Tous les détaillants
doivent s'adapter à
leur réalité et à leur
environnement!**

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Marge de manoeuvre :



supermarché
volume variété prix
qualité roulement
marges ventes croisées **épicié**
spécificité
spécialisé dépannage

Important d'améliorer l'offre

Peut-on avoir les mêmes attentes?

dépanneur

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Conclusion :



Les consommateurs achètent de tout!

Bon et moins bon
pour la santé
à chaque visite!

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Conclusion :



Un commerçant doit offrir ce qui se vend sinon il ne sera pas en affaires longtemps!

► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca

Conclusion :



Des questions ?



► Pour plus d'informations : www.adaq.qc.ca



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Merci de votre attention !

Journées annuelles de santé publique

Centre des congrès de Québec – 26 novembre 2014