



VOLUME 1 – NUMÉRO 4 – SEPTEMBRE 2022

# LE JOURNAL

DU RÉSEAU DES  
**COOPÉRATIVES D'ALIMENTATION**  
DU QUÉBEC



Notre réseau,  
votre force !



La coop, l'oasis  
des déserts  
alimentaires

➤ Page 9



Le recrutement  
international, une  
solution gagnante  
pour les coopératives

➤ Page 24



Dossier :  
Les pratiques  
vertes

➤ Page 30



Le réseau ICI COOP, c'est un éventail de services et de projets novateurs offerts aux coopératives d'alimentation qui en sont membres. Que ce soit par des services-conseils pour améliorer le rendement des entreprises, par des ententes de services commerciaux pour favoriser les économies, par la mise en route de nouveaux projets d'intercoopération ou par la représentation dans le monde de l'alimentation, ICI COOP veille à ce que notre Réseau et ses membres soient un incontournable dans l'industrie.

### Notre réseau : votre force

Bien ancré dans le portrait alimentaire du Québec, le modèle coopératif gagne en pertinence grâce au principe d'économie collaborative qui le caractérise et à son empreinte marquée dans le milieu. Peu importe leur taille, les coopératives du Réseau sont guidées par les mêmes principes et valeurs, auxquels s'ajoute la nécessité de s'alimenter localement et de protéger l'environnement.

Les coopératives membres sont au cœur du réseau ICI COOP. Aujourd'hui, ce dernier regroupe regroupe 74 coopératives d'alimentation à travers le Québec et la péninsule acadienne, représentant 100 points de vente. Elles sont présentes dans 14 régions administratives du Québec, en plus de couvrir certains secteurs du Nouveau-Brunswick.

Les points de vente sont majoritairement approvisionnés par un grossiste, soit Sobeys, Metro ou Loblaw, tandis que d'autres travaillent sous une bannière indépendante et s'approvisionnent chez différents distributeurs. Certaines coopératives sont présentes depuis plus de 80 ans dans leur communauté, tandis que d'autres le sont depuis tout récemment. Ces entreprises sont des acteurs importants de la vie économique et sociale des milieux qu'elles desservent.

## Aujourd'hui, le réseau ICI COOP, c'est :

**74** COOPÉRATIVES  
MEMBRES

exploitant quelque

**110** POINTS  
DE VENTE

**400** ADMINISTRATEURS  
élus siégeant à leur conseil  
d'administration respectif

**6 200** EMPLOYÉS  
dévoués

Un imposant **REGROUPEMENT  
D'INTELLIGENCES COMMERCIALES**  
en contexte coopératif

**210 000** MEMBRES  
et leur famille

REPRÉSENTANT **420 000**  
CONSOMMATEURS

Un nombre de clients réguliers non membres  
estimé à environ **380 000**  
CONSOMMATEURS additionnels

Les coopératives d'alimentation  
servent quelque

**800 000**

MEMBRES ET CLIENTS

Pus de

**650 M\$**

DE CHIFFRE D'AFFAIRES  
annuel en alimentation

## Les coopératives du réseau ICI COOP

|  |  |   |   |   |  |
|--|--|---|---|---|--|
| <b>01 Bas-Saint-Laurent</b>  | 2010 Relais Saint-André, coop de solidarité  | <b>06 Montréal</b>  | 2017 Le Trois-Mâts, coopérative de solidarité               | <b>11 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine</b>                         | 2011 Chez Philo, coopérative de solidarité d'alimentation    |
| 1942 Magasin coop Notre-Dame-du-Lac  | 2019 BIZZ coop de solidarité en alimentation locale                                | 2017 Le Trois-Mâts, coopérative de solidarité               | 2017 Coopérative de solidarité en alimentation Montréal-Est | 1940 Magasin coop Caplan Saint-Alphonse                         | 2013 Coopérative multiservices de Sacré-Cœur-de-Marie        |
| 1942 Magasin coop de Squatec   | <b>03 Capitale-Nationale</b>   | 2017 Coopérative de solidarité en alimentation Montréal-Est | 2019 Coopérative de solidarité de Bellevue                  | 1941 Magasin coop Bonaventure                                   | 2016 Coop de solidarité de Saint-Nérée-de-Bellechasse        |
| 1943 Magasin coop de Trois-Pistoles (fusionnée avec Alimentation coop Rimouski, juin 2022) | 1938 Coopérative des consommateurs de Charlesbourg                                 | 2019 Coopérative de solidarité de Bellevue                  | <b>07 Outaouais</b>   | 1942 Association coopérative des consommateurs de Percé         | 2017 Magasin de l'Isle, Coopérative                          |
| 1945 Alimentation coop Mont-Carmel   | 1938 Coopérative des consommateurs de Lorette (Convivio)                           | <b>07 Outaouais</b>   | 2006 Épicerie de l'île de Hull, coop de solidarité          | 1942 Magasin coop de Saint-André, coopérative de solidarité     | 2018 Avantis Coopérative                                     |
| 1966 Magasin coop de Saint-Fabien  | 1975 Coopérative des consommateurs de Sainte-Foy                                   | <b>08 Abitibi-Témiscamingue</b>                             | <b>08 Abitibi-Témiscamingue</b>                             | 1942 Magasin coop de Havre-aux-Maisons (IDLDM)                  | 2019 Coopérative de solidarité des Méandres                  |
| 1977 Coopérative d'aliments naturels Alina de Rimouski                                     | 1997 Magasin coop Baie-Sainte-Catherine  | 1972 Club coopératif de consommation d'Amos                 | 1972 Club coopératif de consommation d'Amos                 | 1943 Magasin coop L'Unité de Lavernière (IDLDM)                 |  |
| 1991 Club coopératif de consommation de la Vallée (Amqui)                                  | 2009 Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre                                | 1975 Club coopératif de consommation de Mont-Brun           | 1975 Club coopératif de consommation de Mont-Brun           | 1945 Magasin coop L'Éveil (IDLDM)                               | <b>14 Lanaudière</b>   |
| 2004 Épicerie de Saint-Vianney, coopérative de solidarité                                  | 2017 Épicerie Le Haricot Magique, coopérative de solidarité                        | <b>09 Côte-Nord</b>   | <b>09 Côte-Nord</b>   | 1976 Club coopératif de consommation de Chandler                | 2010 Novago Coopérative                                      |
| 2004 Alimentation coop La Pocatière  | <b>05 Estrie</b>   | 1978 Coopérative des consommateurs de Fermont               | 1978 Coopérative des consommateurs de Fermont               |   | <b>15 Laurentides</b>  |
| 2005 Coop alimentaire de Saint-Noël  | 1939 Coop alimentaire de la région d'Asbestos                                      | 1983 Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti       | 1983 Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti       | <b>12 Chaudière-Appalaches</b>                                  | 2020 Coopérative de Val-des-Lacs                             |
| 2011 Alimentation coop Rimouski  | 1942 Association coopérative de La Patrie  | 2004 Alimentation coop de Port-Cartier                      | 2004 Alimentation coop de Port-Cartier                      | 1938 Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac | <b>16 Montérégie</b>   |
| 2019 Coopérative de solidarité de Saint-Luc  | 1946 Magasin coop de solidarité Lac-Drolet   | 2008 Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte         | 2008 Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte         | 1939 Magasin coop La Paix de Saint-Jean-Port-Joli               | 2022 Coopérative Quartier Lumière                            |
| <b>02 Saguenay–Lac-Saint-Jean</b>  | 1974 Coopérative La Grande Ruche (fusionnée avec Coopérative Alentour, juin 2022)  | 2021 Coopérative de solidarité de Rivière-St-Jean et Magpie | 2021 Coopérative de solidarité de Rivière-St-Jean et Magpie | 1939 Magasin coop de Saint-Anselme                              | <b>17 Centre-du-Québec</b>                                   |
| 1958 Coopérative de consommation Petit-Saguenay  | 1979 Coopérative Alentour Grossiste en alimentation naturelle des Cantons-de-l'Est |   |   | 1947 Magasin coop de Sainte-Perpétue                            | 1939 Magasin coop de Plessisville                            |
| 1960 Coopérative d'approvisionnement de Chambord   | 2019 Coopérative de solidarité Val-Horizon   |   |   | 1961 Magasin coop de Montmagny                                  | 1978 Coopérative d'alimentation saine et biologique La Manne |
| 1960 Coopérative des consommateurs d'Alma  |  |   |   | 1947 Magasin coop de Saint-Victor                               | 2000 L'Épicerie de Durham-Sud, coop de solidarité            |
|  |  |   |   | 1976 Coop Sainte-Justine  | 2005 Coopérative de solidarité La Marielandaise              |
|  |  |   |   | 2009 Coopérative de solidarité et de services de Saints-Anges   | 2015 VIVACO groupe coopératif                                |
|  |  |   |   |   | 2018 Coop de solidarité de Saint-Sylvere                     |
|  |  |   |   |   | <b>Nouveau-Brunswick</b>                                     |
|  |  |   |   |   | 1940 Société coopérative de Lamèque Itée                     |



LE RÉSEAU DES  
COOPS D'ALIMENTATION

ICI COOP regroupe 74 coopératives alimentaires à travers le Québec et la péninsule acadienne. Elle offre une expertise variée en appui aux coops existantes ou en processus de démarrage. L'offre de services s'étend de la gestion interne au développement de marché, en passant par l'accompagnement en vie coopérative et la gestion de l'image et des communications.

Le journal ICI COOP est publié deux fois par année. Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes et images est interdite sans autorisation d'ICI COOP.

☎ 418 650.1235

✉ info@ici.coop

🌐 [ici.coop](http://ici.coop)

📘 @ICICoopReseau

📷 @ICICoopReseau

## ICI COOP – Le journal

Infographisme

Martin Dufour

Révision linguistique

Stéphanie Tétreault

## Permanence d'ICI COOP

Michel Ferland – Directeur général

Véronique Proulx – Directrice administrative

Hélène Francoeur – Directrice des services-conseils

Michelle Pelletier – Directrice du développement réseau

Valérie Bissonnette – Directrice du marketing et des communications

Alain Fournier – Directeur de la commercialisation

Olivier Riopel – Expert en services-conseils

Stéphane Pelletier – Expert en services-conseils

Jean-François Carrier – Expert en services-conseils

Mylène Gill – Conseillère en développement réseau

Alex Demers – Chargée de projets

Julie Bouchard Doyon – Chargée de projets en communication/marketing

Tanya Saint-Jean – Gestionnaire de médias sociaux et créatrice de contenu

Mélanie Archibald – Adjointe à la direction administrative

## Conseil d'administration

Jean-Roch Michaud – Président

Paul Bourget – Vice-président

Suzanne Corriveau – Trésorière

Réjean Laflamme – Secrétaire

## Administrateurs

Éric Audy

Louis-H. Campagna

Denis Gigault

Jean Hogue

Marlène Jobin

Michel Lambert

Pierre Roy

# SOMMAIRE

|  |    |
|--|----|
| Mot du président   | 4  |
| Mot du directeur général   | 4  |
| Un nouveau concept d'épicerie signé ICI COOP   | 5  |
| Découvrez les toutes nouvelles bières ICI COOP   | 7  |
| La coopérative, un levier pour améliorer la santé des individus ?                          | 8  |
| La coop, l'oasis des déserts alimentaires  | 9  |
| Entrevue croisée avec les deux nouveaux visages du CQCM                                    | 10 |
| L'Accélérateur, plateforme de démarrage pour les coopératives alimentaires                 | 13 |
| L'étape précommerciale : en route vers la réalisation                                      | 14 |
| Les nouvelles du réseau  | 16 |
| Portraits de coops   | 20 |
| Portraits de membres   | 22 |
| Portraits d'employés   | 23 |
| Le recrutement international, une solution gagnante pour les coopératives                  | 24 |
| Penser alliance stratégique pour penser pérenité   | 25 |
| Approvisionnement : situation hors-norme pour les épiceries : les coops, mieux outillées ? | 26 |
| Les régimes et diètes alimentaires : comment s'y retrouver ?                               | 28 |
| DOSSIER : Les pratiques vertes   | 30 |
| Marketing responsable, un mouvement incontournable pour vos communications                 | 30 |
| Quels types d'emballages privilégier ?   | 32 |
| Lumière sur les applis antigaspillage  | 34 |
| La drêche dans tous ses états !  | 35 |
| La certification biologique, une nécessité pour les détaillants ?                          | 38 |
| Ukraine, l'esprit coop dans la résistance  | 40 |
| Être membre du Réseau ICI COOP, avantages et services                                      | 42 |

Vous souhaitez devenir partenaire ?

Vous souhaitez ajouter une adresse à notre liste d'envoi ?

Vous souhaitez devenir membre d'ICI COOP ?

Écrivez-nous à [info@ici.coop](mailto:info@ici.coop).



Découvrez-en davantage sur le réseau ICI COOP et sur ses services en consultant les pages 42 et 43 du journal.



**JEAN-ROCH MICHAUD**  
Président du conseil d'administration,  
ICI COOP

## Mot du président

Au moment d'écrire ces lignes, nous délaissions le mode « COVID-19 » dans les différentes coopératives d'alimentation du Réseau, pour le plus grand bonheur des employé(e)s et des gestionnaires. En début d'année, nos marchés d'alimentation ont encore une fois été en première ligne pour répondre aux besoins des citoyens et citoyennes dans ce contexte assez particulier. À tous nos membres, BRAVO pour votre dévouement et votre résilience dans cette crise sans précédent.

Malgré tout, cette situation pandémique nous a démontré le pouvoir des coopératives dans le portrait alimentaire du Québec. Tous ont travaillé main dans la main pour continuer d'offrir ce service essentiel à la population, tout en venant en aide aux organismes et aux entreprises du milieu. L'implantation ou le maintien d'une coopérative d'alimentation à travers le Québec est une question de vitalité dans certaines régions où le modèle coopératif apporte une solution pertinente pour les populations locales.

La création d'un tout nouveau concept d'épicerie en mode coop est donc tout indiquée pour répondre aux besoins des communautés qui souhaitent obtenir une offre de produits alimentaires d'exception, là où l'humain est au centre des préoccupations, dans une ambiance conviviale qui nous inspire le plaisir de manger. À la fin de l'année 2022, ICI COOP compte ouvrir sa toute première épicerie au cœur du nouveau Quartier Lumière à Saint-Mathieu-de-Belœil, dans un complexe commercial novateur.

Le développement d'une gamme de produits d'exception, exclusivement vendue dans les coopératives du Réseau, fera rayonner nos membres dans le quotidien de leur clientèle. Nos toutes premières bières ICI COOP se veulent un hommage au modèle coopératif, à notre détermination, à notre résilience et à notre solidarité.

À vous qui lisez ces lignes, vous serez à même de constater la diversité du milieu coopératif en alimentation et l'importance des coops d'alimentation comme acteurs socioéconomiques d'intérêt pour le Québec.



**MICHEL FERLAND**  
Directeur général, ICI COOP

## Mot du directeur général

### L'UNION FAIT LA FORCE

Ceux qui me connaissent dans la vie personnelle savent que je suis un grand passionné d'histoire. J'ai toujours adhéré à l'idéologie selon laquelle l'évolution de la race humaine est basée sur une série d'essais et d'erreurs. Parallèlement, pour innover, nous devons oser et repousser nos limites.

C'est cette passion qui m'a orienté vers la lecture de deux ouvrages relatant l'histoire de deux grandes coopératives canadiennes: Desjardins et Co-operators. Ces livres illustrent deux perspectives différentes traitant de l'évolution du modèle coopératif au pays. Ces deux parcours distincts mettent en évidence l'importance que les valeurs coopératives ont eue dans la résilience et le développement de ces grandes organisations. Ils nous démontrent également comment un tout est toujours supérieur à l'ensemble de ses parties.

Dans cette optique, je suis plus que comblé que nous ayons pu accompagner certaines coopératives membres du Réseau dans deux projets de fusion, une première en près de 30 années d'existence. Ces unions économiquement futées vont bien plus loin qu'une simple transaction: elles incarnent les fondements de base du développement du mouvement

coopératif et permettront de consolider l'enrichissement collectif dans la région respective des coops impliquées. Il s'agit de LA solution pour maintenir des services de proximité au sein des municipalités du Québec.

L'histoire nous démontre aussi que le dicton *L'union fait la force* est vrai. Nous cherchons à collaborer pour relever nos défis de société. La tempête pandémique laisse dans son sillage la plus grande crise de main-d'œuvre de notre histoire. Cette pénurie fait les manchettes tous les jours et les employeurs cherchent désespérément des solutions. Nous croyons que le pouvoir attractif de nos coopératives peut augmenter grâce à des unions stratégiques ou à des fusions. Le partage de ressources et les services partagés ne sont que quelques-uns des bénéfices de s'unir.

Il y a près de 30 ans, nos coopératives décidaient de s'unir pour fonder la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec, maintenant connue sous le nom d'ICI COOP. Les fondateurs comprenaient que le maintien et l'évolution du mouvement coopératif en alimentation au Québec passaient par un regroupement.

Inspirons-nous donc de nos fondateurs et unissons-nous pour relever nos défis!

## Nouveaux membres au sein du conseil d'administration

À la suite des élections de l'assemblée générale annuelle du 7 juin, ICI COOP a accueilli deux nouveaux membres :

### Jean Hogue, directeur général de la Coop Alentour

Le conseil d'administration accueille M. Jean Hogue pour un premier mandat. Passionné de l'agroalimentaire depuis plus de 20 ans, Jean a occupé des postes de direction dans diverses organisations vouées au développement de ce secteur. Il possède une formation universitaire combinée en administration des affaires et en communication. De nature curieuse, il ose essayer des choses et tente continuellement de faire évoluer les différents modèles. Le statu quo n'est pas une option pour lui. Bienvenue!

### Marlène Jobin, présidente du CA de Convivio

M<sup>me</sup> Marlène Jobin prend également place au conseil d'administration pour la première fois. Femme d'affaires dynamique et engagée, passionnée par tout ce qui concerne l'alimentation, elle s'implique depuis trois ans au sein du CA de Convivio d'abord en tant qu'administratrice, puis comme présidente. Comptable de formation, elle a administré son propre cabinet pendant 16 ans. Elle possède une grande expertise en analyse financière, en financement, en négociation et en gestion d'enjeux politiques. Nous sommes très heureux de l'accueillir parmi nous!

Innover en alimentation  
pour un service de proximité à l'image  
des communautés d'ici

# UN NOUVEAU CONCEPT D'ÉPICERIE SIGNÉ ICI COOP



Au cours des dernières années, le réseau ICI COOP a poursuivi ses travaux de développement commercial et propose aujourd'hui un nouveau concept de magasin alimentaire. L'ÉPICERIE ICI COOP, c'est un concept d'épicerie redéfini pour répondre aux besoins des communautés du Québec qui souhaitent obtenir une offre de produits alimentaires d'exception, dans une ambiance où règne le plaisir de manger, là où l'humain est au centre des préoccupations. Grâce à une imposante offre de produits locaux et de services, ces magasins proposeront un parcours d'achat unique et audacieux, où la clientèle sera stimulée par le plaisir d'y faire ses emplettes. Ils reposent aussi sur un plan d'aménagement dynamique, complètement repensé, de l'extérieur vers l'intérieur, de l'accueil à l'au revoir. L'épicerie ICI COOP est pensée comme un lieu de destination, un endroit rassembleur, agréable et authentique.

## Pourquoi l'épicerie ICI COOP ?

Au Québec, à la suite de la fermeture de plusieurs épicerie-ries qui n'ont jamais été remplacées ou même en raison de services alimentaires inexistantes, certains citoyens et citoyennes doivent se déplacer sur des distances assez importantes pour avoir accès à une offre alimentaire décente. La fermeture ou l'absence d'un tel commerce entraîne parfois une dévitalisation du milieu.

Ce nouveau concept d'épicerie ICI COOP permettra aux décideurs et acteurs du développement économique et social de doter leur collectivité d'un service alimentaire d'exception afin de mieux répondre à ses besoins. Ils le feront en travaillant de concert avec la population en créant une coopérative gérée par des gens du milieu et destinée à exploiter une épicerie.

À travers l'épicerie ICI COOP, les nouvelles coopératives qui exploiteront ces marchés d'alimentation permettront aux consommateurs d'acheter et de consommer autrement par une offre augmentée de produits d'ici, tout en investissant dans l'économie locale en faisant rayonner les entreprises locales. Une épicerie en mode coop, c'est assurer aux citoyens et citoyennes qu'ils peuvent exprimer leurs demandes et ainsi s'assurer que leur marché alimentaire corresponde à leurs attentes.

## En résumé

L'épicerie ICI COOP, c'est une épicerie...

- réinventée, là où la clientèle se sent accueillie et écoutée;
- qui se préoccupe de l'expérience humaine;
- qui place le bonheur et le bien-être de la clientèle en premier;
- qui transforme une corvée obligatoire en expérience réjouissante;
- qui présente des espaces de produits québécois et des producteurs coop;
- où, d'un simple regard, on peut localiser les produits qui nous intéressent selon une signalisation claire (Produits 100% QC – Produits préparés au QC – Produits transformés au QC – Produits emballés au QC – Produits biologiques du QC – Produits traditionnels – etc.).

Bref, une épicerie où on se sent chez soi et où on reçoit de petites attentions!



**MICHELLE PELLETIER**  
Directrice du  
développement réseau



**MYLÈNE GILL**  
Conseillère en  
développement réseau

info@ici.coop



# Une première ÉPICERIE ICI COOP ouvrira bientôt ses portes



Au printemps 2023, ICI COOP ouvrira sa toute première épicerie au cœur du nouveau Quartier Lumicité, dans un complexe commercial novateur, à Saint-Mathieu-de-Belœil.



Puisqu'il n'y a pas d'offre alimentaire d'exception dans la municipalité, il semblait tout indiqué de s'associer avec quelques résidents du milieu pour la création d'une nouvelle coopérative qui gèrera le marché d'alimentation.

La nouvelle Coop Quartier Lumicité est donc née du désir d'un groupe de citoyens et de gens d'affaires du secteur d'avoir un service alimentaire qui réponde aux besoins de la population. Puisque cette nouvelle épicerie devait suivre l'évolution de la demande locale selon les saisons et participer activement à la vitalité du quartier, le concept de l'épicerie ICI COOP était tout désigné pour remplir cette noble mission.

Le Quartier Lumicité est un regroupement d'intelligences commerciales au goût du jour dans une communauté ancrée dans les valeurs et les principes coopératifs. En effet, les résidents du quartier sont très attachés à leur milieu et à ce qui s'y passe. C'est pourquoi une épicerie en mode coopératif est tout indiquée pour eux. Ils pourront s'assurer que les produits et les services offerts représentent bien leurs besoins.

Ils feront également évoluer la coopérative en suivant non seulement le marché, mais aussi en s'assurant qu'elle réponde toujours à leurs attentes.

Le projet est maintenant bien en selle et se concrétisera au début de 2023. L'épicerie ICI COOP offrira à ses membres et à sa clientèle une expérience de magasinage hors du commun en harmonie avec leurs valeurs, leurs besoins et leurs envies.

Au cours des prochaines années, le nouveau concept de l'épicerie ICI COOP vise à être déployé dans diverses régions du Québec afin de répondre à l'enjeu des déserts alimentaires. Ces épiceries, exclusivement exploitées en mode coop, répondront aux besoins des différentes populations qui souhaitent avoir accès à un service alimentaire d'exception à distance raisonnable de leur domicile.

Si vous souhaitez en savoir plus sur ce projet, écrivez-nous à [info@ici.coop](mailto:info@ici.coop).

NOTE: Les visuels inclus sur cette page sont à titre indicatif seulement. Ils pourraient évoluer lors de l'ouverture de la coopérative.



# Découvrez les toutes nouvelles bières ICI COOP

Les nouvelles bières ICI COOP, conçues et brassées au Québec, se veulent un hommage au modèle coopératif, à notre détermination, à notre résilience et à notre solidarité. Acheter une bière ICI COOP, c'est donner un sens à votre achat et ainsi participer à l'enrichissement de votre communauté.

## Vendues exclusivement dans les coops du réseau ICI COOP

Des produits pour faire rayonner le Réseau: un ensemble de coopératives d'alimentation dédiées à leur communauté. Levons notre verre à la coopération!

### Rencontrez le capitaine Missionnaire!

6 % alc./vol. | 473 ml

Le capitaine Longues Dents, castor missionnaire, a durement trimé pour que son clan soit bien hydraté. Après avoir mis au point une IPA équilibrée, il part aux quatre coins du Québec pour répandre la bonne nouvelle: la soif peut maintenant être étanchée!

### Une IPA qui plaira à tous

Le **Missionnaire** est une bière houblonnée, mais à la fois douce et accessible. Brassée avec les houblons Columbus, Centennial, Mosaic Cryo et Citra Cryo, elle dévoile des arômes de noix, de caramel, de citron et de poivre. Si on ferme les yeux, on pourrait croire qu'on déguste une ambrée bien houblonnée, mais non! C'est plutôt une IPA qui plaira même aux plus sceptiques de ce type de bière.

### Agencements

Le **Missionnaire** se jumelle bien à une entrée ou à un repas entre amis. En accompagnement de fromages, de viande rouge ou de plats épicés, cette bière saura prendre sa place à votre table.

### Rencontrez l'Aventurier!

6 % alc./vol. | 473 ml

Henri l'aventurier, comme tout bon Québécois, désire le soleil chaud en plein hiver. Limité dans ses options de voyage, il partit néanmoins à la recherche de saveurs des tropiques. C'est en farfouillant dans les recoins de son voisinage qu'il mit la main sur cette merveille: une NEIPA parfaite.

### Une NEIPA tropicale complexe

L'**Aventurier** est une bière assez houblonnée qui vous séduira avec ses arômes de mangue et de fruits tropicaux. Brassée avec les houblons Idaho 7, Mosaic et Simcoe, elle vous transportera au soleil avec ses saveurs de pamplemousse, de citron vert et d'orange. Assez rapidement, le houblon et l'amertume viendront prendre la place.

### Agencements

L'**Aventurier** est une bière qui vous rappellera de profiter de la vie et de ses petits plaisirs. Elle s'agence à merveille avec les desserts: fruits, fromage de chèvre, crème brûlée... ou se déguste simplement sur une chaise longue autour de la piscine.

Trouvez votre point de vente: [ici.coop](http://ici.coop)



# La coopérative, un levier pour améliorer la santé des individus?

Une équipe de recherche de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) mène actuellement une étude pour déterminer les effets de l'implantation d'une coopérative ou de sa revitalisation sur l'alimentation et sur la santé (l'étude EffICAS) sur la Côte-Nord et dans le Bas-Saint-Laurent.

## Objectif de l'étude

Dans le cadre de l'étude, des acteurs locaux impliqués dans l'élaboration d'une coop dans leur communauté sont interrogés afin de documenter le processus de mobilisation que nécessite ce type d'entreprise d'économie sociale. Les citoyens et citoyennes des communautés visées par les analyses sont quant à eux invités à remplir un questionnaire pour permettre à l'équipe de recherche de mesurer les effets de l'implantation d'une coop sur leur accès aux aliments sains, sur la qualité de leur alimentation et leur santé, ainsi que sur la vitalité et le bien-être de la communauté.

Le projet EffICAS permet aussi le développement de partenariats avec des professionnels et professionnelles intéressés par l'alimentation, par l'économie sociale et par le développement durable agissant à l'échelle provinciale, régionale et locale. D'ailleurs, il compte ICI COOP parmi ses partenaires clés.

## La santé passe par une saine alimentation

Une saine alimentation dépend de facteurs individuels (p. ex., le budget disponible pour se nourrir), de facteurs économiques (p. ex., le prix des aliments) et de facteurs environnementaux (p. ex., l'accessibilité à des commerces, marchés publics ou jardins à proximité et à une offre d'aliments intéressants, frais et variés).

Au Québec, certaines communautés en région excéntrée ont un accès restreint à des aliments de qualité, ce qui représente un contexte défavorable à la saine alimentation. C'est pourquoi il est important de s'at-

tarder à étudier l'environnement dans lequel on vit et de faire en sorte que ce dernier soit plus propice pour faire des choix alimentaires sains au quotidien.

## Communautés étudiées

Peu de recherches se sont penchées sur les impacts réels d'une coopérative alimentaire. L'étude EffICAS souhaite combler cette lacune. Jusqu'à présent, l'étude s'intéresse à quatre communautés où un besoin d'améliorer l'accès aux aliments et de contribuer à la revitalisation de la communauté a été identifié:

### CÔTE-NORD:

- La communauté de Rivière-Pentecôte a déménagé en mai 2022 sa coop dans un nouveau local, ce qui a permis une bonification de l'offre alimentaire et de l'expérience client;
- La communauté de Rivière-Saint-Jean/Magpie et celle de Gallix ont formé chacune un comité provisoire travaillant à développer un projet de coopérative;

### BAS-SAINT-LAURENT:

- La communauté de Saint-Luc-de-Matane a ouvert sa coopérative en 2019.

## Méthodologie

La mobilisation communautaire dans chacune de ces communautés démontre une belle volonté d'agir et s'avère une source de renseignements importante pour l'étude EffICAS. Des entrevues semi-dirigées réalisées en 2021 permettent déjà de mieux comprendre les besoins initiaux ayant mené aux projets de coop ainsi que d'identifier les facteurs faci-



litants et les barrières rencontrées dans le processus de mise en place. D'autres entrevues seront réalisées, selon le rythme des projets dans les communautés, afin de bonifier les premiers constats et d'aborder les enjeux reliés à la mise en activité et à la pérennité des coops.

Quant aux effets sur l'alimentation et sur la santé des citoyens et citoyennes, une première collecte de données a été effectuée en 2021. D'autres auront lieu au cours des prochains mois et des prochaines années. Elles permettront d'établir une comparaison entre les résultats obtenus avant et après l'ouverture des coops de façon à évaluer si des changements à court et long terme sont survenus dans les habitudes d'achat, dans l'alimentation des personnes à l'étude ainsi que dans la vitalité et le bien-être des communautés.

## Diffusion des résultats

Un premier rapport sur les données recueillies jusqu'à maintenant sera mis en ligne à l'automne 2022 sur le site web de l'Institut national de santé publique du Québec. D'autres suivront au rythme de l'ouverture des coops à l'étude.

Pour contacter l'équipe projet:  
[info.efficas@inspq.qc.ca](mailto:info.efficas@inspq.qc.ca)



## Équipe projet :

Éric Robitaille, chercheur principal  
Marie-Claude Paquette, cochercheuse  
Gabrielle Durette, coordinatrice  
Marianne Dubé, assistante de recherche professionnelle  
Amélie Bergeron, professionnelle de recherche



Bâtiment de la Coop de Saint-Luc-de-Matane  
© Éric Robitaille



Étalage d'aliments frais à la Coop de Saint-Luc-de-Matane  
© Éric Robitaille



# COMMERCE DE PROXIMITÉ

## La coop, l'oasis des déserts alimentaires



MARINE LOBRIEAU  
Chargée de projets

Le désert alimentaire désigne un espace géographique où les habitants et habitantes ne peuvent pas se procurer des aliments sains à prix abordable. Selon l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ), 420 000 personnes vivraient dans un désert alimentaire et 45,5 % de la population québécoise aurait un accès limité aux commerces spécialisés en alimentation.



Aussi, le rapport à la nourriture se voit modifié, comme le décrit l'étude de l'INSPQ: «L'implantation d'un marché mobile, d'un marché public et de petits kiosques maraîchers est une intervention pouvant augmenter la consommation de fruits et de légumes chez la population.»

### L'exemple de l'île d'Anticosti

L'île d'Anticosti est située dans le golfe du Saint-Laurent, dans la région de la Côte-Nord. Moins de 180 habitants peuplent cette île à titre permanent. Néanmoins, ces personnes sont tout autant de bouches à nourrir.

La Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti (CCIA) est la seule coopérative d'alimentation présente sur l'île. Créée en 1983, l'organisation joue un rôle essentiel pour les habitants. «La coop est au cœur de la vitalisation de l'île», explique Alexandre Dieumegarde, directeur de la CCIA.

La nourriture et l'approvisionnement proviennent de la coop, qui parvient à maintenir des prix compétitifs. «Nous fournissons 100 % de la nourriture sur l'île, affirme M. Dieumegarde. Sans la coop, les coûts exploseraient. D'ici la fin de l'été, les membres vont payer la nourriture sensiblement au même prix que les gens sur le continent. Sans cette organisation, ce serait très difficile pour les résidents permanents de s'alimenter de façon convenable à longueur d'année.»

Grâce à une planification et à une organisation rigoureuses, la CCIA maintient une offre variée durant toute l'année. «Je ne veux pas dire que, sans la coop, les gens de l'île ne pourraient pas y arriver, mais il faut concevoir qu'en ayant moins de 200 habitants permanents, l'hiver serait extrêmement difficile sans l'apport du dépôt pétrolier et sans l'épicerie pour que les gens puissent s'alimenter», confirme M. Dieumegarde.

Cette organisation participe à améliorer la qualité de vie de la population d'un territoire isolé durant l'hiver. «À cette période, aucun bateau ne vient sur l'île. Durant 10 semaines, la nourriture doit entrer par avion. Cela serait extrêmement coûteux si chacun des habitants faisait venir l'approvisionnement de manière individuelle. Nos partenariats avec les différents pourvoyeurs font en sorte que nous avons une plus grande offre et une variété de produits», précise le directeur.



Alexandre Dieumegarde

C'est notamment grâce à sa capacité de stockage des aliments que la CCIA peut proposer ses services toute l'année. «Au dernier bateau avant l'hiver, nous stockons énormément pour 10 semaines et ce que nous pouvons faire entrer, ce sont les denrées périssables. Je ne peux pas

faire venir une pizza surgelée, car elle ne rentre pas dans les mesures de désenclavement», précise-t-il. D'autant plus que l'acheminement par voie aérienne limite les produits aux fruits, aux légumes, aux pains et aux produits laitiers. «Tout le reste doit être stocké», renchérit-il.

À la suite de l'incendie en décembre 2021 qui a réduit en cendres l'unique garage de l'île qui possédait une station essence, la coop a installé une station temporaire près de son bâtiment. Celle-ci deviendra permanente en 2023.

En plus de la station essence, la coop a de nombreux projets pour cette nouvelle année: un agrandissement de ses infrastructures, qui permettra de doubler sa capacité de stockage en produits frais et surgelés, mais aussi l'ouverture d'une cuisine commerciale pour produire des plats préparés à grande échelle.

<sup>1</sup> INSPQ. (2019). *Interventions visant à modifier l'accessibilité géographique à des commerces d'alimentation et impacts sur l'alimentation et le poids corporel: synthèse des connaissances*. Gouvernement du Québec. [www.inspq.qc.ca/publications/2591](http://www.inspq.qc.ca/publications/2591)

### Région revitalisée

L'installation d'un commerce de proximité a des impacts positifs dans le territoire concerné. En 2019, l'INSPQ a publié un rapport<sup>1</sup> qui analyse les impacts des interventions visant à modifier l'accessibilité géographique à des commerces d'alimentation.

Pour commencer, les experts qualifient l'implantation d'une épicerie comme «une intervention prometteuse». Cette infrastructure permet d'améliorer l'accès et la perception d'accès à ce type de commerce ainsi que sa fréquentation, peut-on lire dans le rapport.

Par ailleurs, l'épicerie favorise la rétention de la population, mais aussi l'installation de nouveaux arrivants. La multiplicité des services est également une composante des coopératives alimentaires. Plusieurs organisations offrent une multitude de services pour répondre aux besoins des résidents et résidentes: comptoir postal, station essence ou encore quincaillerie. Ces différents services améliorent la qualité de vie de la population locale et contribuent à la maintenir sur le territoire.

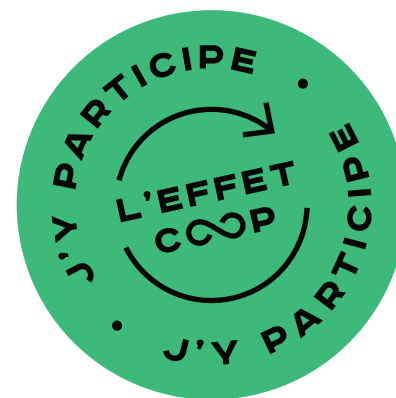
Un autre aspect de l'amélioration de la qualité de vie réside dans le fait que la coopérative d'alimentation est un lieu de rencontre. Cette effervescence de vie communautaire permet de lutter efficacement contre l'isolement des personnes plus vulnérables, par exemple les personnes âgées.



La CCIA est la seule coopérative d'alimentation de l'île d'Anticosti - © Alexandre Dieumegarde

# CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA COOPÉRATION ET DE LA MUTUALITÉ

## Entrevue croisée avec les deux nouveaux visages du CQCM



MARINE LOBRIEAU  
Chargée de projets

Le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM) est une organisation provinciale qui représente les entreprises coopératives et mutuelles au Québec. Elle a pour mission de les concerter sur de grands enjeux, de les représenter auprès des instances gouvernementales et de promouvoir le mouvement coopératif. Entrevue croisée avec Marie-Josée Paquette, directrice générale, et Nadine Groulx, présidente du CA, les deux nouveaux visages du Conseil, sur leur vision pour l'avenir.

**Journal ICI COOP :** Quels sont vos défis en tant que nouveaux visages du Conseil ?

**Marie-Josée Paquette :** Un de nos défis, c'est lorsque nous demandons aux coopératives membres d'enlever le chapeau de leur organisation respective et de mettre leur chapeau de coopérateur. Quand on vient s'asseoir au sein de la CQCM, c'est pour le bien de la coopération et de la mutualité au Québec afin de générer plus de coopération et de mieux s'outiller.

**Nadine Groulx :** Il y a d'abord cette mixité des personnalités. Tout le monde travaille dans son secteur, puis arrive le moment de mettre en commun. Tous ensemble, nous avons une force incroyable ! Lorsque nous décidons de le faire en commun, on perd un peu de sa saveur, mais pour donner plus de goût au plat en général. Il y a parfois ce petit tiraillement, ce besoin que la solution colle parfaitement à la mission personnelle de la coopérative membre. Notre travail, notre force, c'est de rassembler les gens sur ce qui nous unit, et non sur ce qui nous différencie.



Nadine Groulx, présidente du CA, et Marie-Josée Paquette, directrice générale

*« Il doit donc y avoir un apport du collectif. En réalité, il faut accepter qu'on ne puisse pas tout réaliser individuellement, mais plutôt ensemble. »*

– Marie-Josée Paquette

**M.-J. P. :** La coopération existe depuis plus de 100 ans au Québec. Nous sortons de plus de deux années de pandémie, alors les enjeux de société sont grands. Ni le secteur privé ni le secteur public ne pourront tout régler. Il doit donc y avoir un apport du collectif. En réalité, il faut accepter qu'on ne puisse pas tout réaliser individuellement, mais plutôt ensemble.

**JIC :** Quels sont vos objectifs respectifs ?

**M.-J. P. :** Je souhaiterais que l'organisation devienne le point de repère du mouvement coopératif et mutualiste québécois, le phare de l'écosystème.

Qu'on gagne en efficacité et en cohérence, et que nos membres voient notre plus-value en travaillant en étroite collaboration.

**N. G. :** Il y a une expertise incroyable dans le milieu coopératif; des gens engagés qui veulent faire une différence, réfléchir à des enjeux sectoriels. C'est une richesse que nous possédons et qu'on ne retrouve pas partout dans la société. Nous devons être une inspiration. Actuellement, nous sommes la somme des parties, mais le tout devrait être plus grand que la somme. Nous allons donc donner beaucoup de crédibilité au mouvement. Nous souhaitons que le CQCM devienne la référence quand vient le temps de rechercher les meilleures pratiques. Une institution centralisée qui possède tous les outils adéquats pour diriger les gens au bon endroit. Les coopératives sont partout; nous voulons augmenter notre force de frappe pour ne plus demander, mais plutôt pour devenir une force de proposition avant-gardiste. C'est notre prétention!

**JIC :** Parlez-nous des grands sujets en chantier au sein du CQCM.

**M.-J. P. :** À mon arrivée, le CA était déjà en réflexion pour rendre le CQCM plus inclusif et représentatif. Ensemble, nous avons travaillé avec le comité de gouvernance pour démocratiser le Conseil et pour lui donner les outils nécessaires afin de remplir son rôle. L'aboutissement de cet effort s'est déroulé lors de notre assemblée générale annuelle. Nous avons apporté des modifications substantielles à nos règlements de régie interne, qui nous permettent désormais d'accueillir de nouveaux membres provinciaux ayant accès à la gouvernance. Nous intégrons aussi les membres de nos membres, ce qui est du jamais vu. Ils sont désormais membres de facto. Cette modification a été votée à l'unanimité. Nous avons véritablement pris cela comme un vote de confiance. Nous avons désormais l'approbation et tous les outils pour renforcer cet ancrage et cette vision.



« Il y a un grand besoin de reconnaissance de la coopération. En ce moment, elle est mise dans la case de l'économie sociale. Or, ce qui nous caractérise, c'est que nous SOMMES des entreprises ! »

– Nadine Groulx

**JIC :** De quelle manière abordez-vous le travail ensemble? Comment collaborez-vous?

**N. G. :** Il faut de la vision! Il faut être capable de mobiliser nos gens autour d'un sujet. Cette vision, nous la partageons et la diffusons aux membres. Nous avons eu une bonne communication à ce sujet. Nous avons su la proposer et convaincre les membres du CA, pour finir avec un vote unanime. Marie-Josée s'occupe de gérer tout cela sur le plan opérationnel, ce qui n'est pas une petite mission et demande une étroite collaboration.

**M.-J. P. :** L'essentiel, c'est cette coconstruction pour faire ressortir le meilleur autour de la table. C'est en équipe qu'on est forts. Nous apportons aussi une nouvelle dynamique au sein du CA en créant des comités issus de la gouvernance qui travaillent sur des thèmes pour faire ressortir les qualités et les forces de chacun des administrateurs, puis les amener à aller plus loin. Faire adopter cette nouvelle vision, ça se fait en équipe et nous devons y croire ensemble. C'est exigeant, mais c'est une exigence très stimulante!

**N. G. :** Nous sentons de l'engagement. La tâche est ardue, et c'est une nouvelle façon de voir le milieu et la coopération. Nous sommes à l'étape de passer de la vision à l'action et nous ressentons une grande responsabilité à ce sujet, car il faut que cela devienne une vision de groupe.

**M.-J. P. :** Nous travaillons finalement sur deux axes: la communication et la passion...

**N. G. :** ... mais aussi la collaboration!

**N. G. :** Avant, au sein du CQCM, la vie associative, c'était plutôt la gouvernance. Maintenant, nous voulons créer une réelle vie associative. Ce que nous souhaitons le plus est de construire la liste des grands sujets avec les membres. La première table de concertation doit être centrée sur leurs attentes. De quoi ont-ils besoin? Puis, ce sera notre mission de trouver les réponses en offrant des outils variés. Nous sommes là pour donner une plus-value aux organisations. Si des organisations obtiennent ensemble de nouvelles informations, elles pourront se parler et nous espérons que ces rencontres permettront potentiellement de régler des enjeux dans un milieu très local. Nous jouissons d'une pluralité de moyens aujourd'hui, alors nous pouvons faire vivre ces beaux modèles et être inspirants.

**JIC :** Comment voyez-vous l'avenir du modèle coopératif au Québec?

**M.-J. P. :** Nous aurons besoin de plus de coopération et d'entreprises collectives. Il y aura assurément une nécessité, car tout devient plus difficile, que ce soit répondre aux enjeux de société, se lancer en affaires ou relever les défis démographiques. Entreprendre collectivement est une option qui devra davantage être considérée. Le défi sera de promouvoir cette option: il faut que les gens connaissent ce modèle d'affaires moderne, qu'il s'actualise et qu'il permette de générer des possibilités. L'éducation à la coopération deviendra très importante. Elle demeurera notre cheval de bataille et le contexte sociétal fera en sorte que nous ne pourrions pas passer à côté; ce sera une façon d'innover. Le contexte favorisera cette prise de conscience.

**N. G. :** Il y a un grand besoin de reconnaissance de la coopération. En ce moment, elle est mise dans la case de l'économie sociale. Or, ce qui nous caractérise, c'est que nous SOMMES des entreprises! Et c'est un défi majeur que de faire reconnaître cette spécificité. Nous souhaitons amener les gens à penser sur la manière de demeurer une entreprise compétitive avec les mêmes enjeux que les autres, mais de manière coopérative, dans un marché mondialisé et règlementé.

**JIC :** Comment acquérir cette reconnaissance?

**N. G. :** En démystifiant la coopération. Les gens trouvent cela très compliqué. Dans la société, le mouvement coop est très intimidant. Il faut donc le rendre plus visible et miser sur la prise en charge. Nous sommes dans une société qui devra se prendre en charge. Alors, quoi de mieux qu'une coop pour le faire? Il faudra aussi exploiter le fait que c'est en complément d'une entreprise incorporée. On peut lancer une entreprise selon le modèle coopératif, mais on peut surtout beaucoup faire profiter les entreprises incorporées à la chaîne de valeur complète pour intégrer tout un secteur. Personnellement, je suis une agricultrice et je n'ai pas créé une coop pour y travailler: j'ai créé une coop pour donner un levier à mon «inc.», qui ultimement, m'enrichit sur le plan personnel et qui permet également de faire croître mon entreprise. Je pense que nous n'exploitons pas suffisamment cela, tout comme le repreneuriat collectif. Il faut se donner de la capacité et de l'expertise en ce sens, créer des coops en appui à des entreprises incorporées dans d'autres secteurs. Le modèle coopératif est un levier extraordinaire pour nos entreprises!





**M.-J. P. :** Il faut aussi passer par l'éducation. Au CQCM, nous avons des programmes éducatifs et nous visitons les écoles. Les enseignants et enseignantes ont la possibilité de monter des projets coopératifs. Cela contribue à la rétention des jeunes à l'école. Ça donne aussi l'envie de se lancer plus tard en affaires. L'éducation à la coopération doit être encore plus accessible. Il faut réellement que cela fasse partie du cursus scolaire. Cela passe évidemment par la promotion des entreprises et de leur histoire à succès, ce qui enrichit le collectif. Il faut vulgariser ce modèle, qui parle beaucoup à la nouvelle génération: il est démocratique, transparent et axé sur l'humain, avec des valeurs de développement durable.

**JIC :** *Quel est l'impact d'une coopérative d'alimentation dans une communauté ?*

**M.-J. P. :** Les coops alimentaires permettent de maintenir un service de proximité. Elles ont un très grand rôle à jouer, surtout dans les zones rurales. Elles permettent également de valoriser et de promouvoir les produits locaux et les producteurs, tout en les rendant accessibles. Ce sont des précurseurs dans ce domaine.

**N. G. :** C'est un très bel outil local. Y a-t-il plus basique que l'alimentation ? Encore ici, c'est la force créée. Puisque le modèle jouit d'une profitabilité limitée, il y a ce souci d'offrir des gammes de produits moins dispendieuses et de les rendre plus accessibles. Au final, la coopération vient avec toute une façon de penser qui peut faire naître des projets très intéressants!

*« Au CQCM, nous avons des programmes éducatifs et nous visitons les écoles. Les enseignants et enseignantes ont la possibilité de monter des projets coopératifs. Cela contribue à la rétention des jeunes à l'école. »*

*– Marie-Josée Paquette*

Conseil  
québécois  
de la **coopération**  
et de la **mutualité**



# L'ACCÉLÉRATEUR

## Plateforme de démarrage pour les coopératives alimentaires



MICHELLE PELLETIER  
Directrice du développement réseau

### Le constat

Au cours des dernières années, la formation de comités provisoires pour la reprise collective de différents services alimentaires à travers le Québec s'est caractérisée par une forte croissance. Les demandes d'accompagnement chez ICI COOP ont donc fortement augmenté, autant pour des projets en milieux urbains que ruraux. La lourdeur et la complexité des étapes causent généralement des délais importants et les processus d'accompagnement sont une tâche colossale.

La tendance actuelle pour la reprise ou l'ouverture de nouvelles épicerie est également beaucoup plus diversifiée. Plus de 50% des projets de coops sont pour des épicerie sans bannière et/ou atypiques. Il y a donc peu de ressources outre le réseau ICI COOP pour les soutenir dans toutes ces étapes de pré-démarrage. Malgré le dynamisme et la volonté de tous pour démarrer un projet d'épicerie coop, les comités provisoires, sans nécessairement être dépourvus, se retrouvent dans une situation où les responsabilités sont très lourdes.

C'est donc dire que les exigences pour bien démarrer une coopérative d'alimentation retombent presque entièrement sur les épaules d'ICI COOP et du comité provisoire. Notre rôle multidisciplinaire place notre équipe d'experts au cœur de toutes les interventions: négociation avec les fournisseurs, de prévoir la conformité des aspects légaux du droit commercial, respect des normes de construction et d'aménagement, respect des législations environnementales et culturelles, négociation des ententes commerciales, consolidation du financement, politique de recrutement, gestion opérationnelle et administrative, etc.

Depuis les toutes premières parutions du Journal ICI COOP, nous abordons l'importance de la mise sur pied d'une coopérative d'alimentation, mais également de la complexité de cette démarche.

Depuis deux ans, ICI COOP travaille sur une nouvelle plateforme qui permettra d'offrir aux coopératives en démarrage différents outils clés en main pour rendre plus fluides les nombreuses étapes à traverser lors du démarrage d'une coop alimentaire. Ce projet nous permettra également de fournir diverses solutions de gestion afin d'assurer la viabilité à long terme de ces futures entreprises. Plus les comités provisoires seront outillés, plus la coopérative rayonnera dans son milieu lors de son ouverture.



### L'Accélérateur, c'est quoi ?

C'est une plateforme web facilitatrice pour les comités provisoires qui désirent procéder au rachat collectif ou à la mise sur pied d'une épicerie locale en mode coopératif. Cet outil, développé par ICI COOP, permettra entre autres d'accompagner un plus grand nombre de comités provisoires et des coops dûment enregistrées qui désirent se doter d'un marché d'alimentation.

L'Accélérateur sera un outil virtuel sécurisé, qui offrira aux comités provisoires et aux CA des coopératives une multitude d'outils concrets, de liens vers les formulaires obligatoires, de listes de tâches à réaliser ainsi que de trucs et astuces, et ce, dans tous les aspects du processus de mise en place d'une épicerie ou dans la reprise collective: permis, ententes d'approvisionnement, budgets et financement, droit commercial, gestion administrative et opérationnelle, etc.

Sous la forme d'un portail web, l'Accélérateur offrira un plan d'action clés en main comprenant, entre autres, un agenda des étapes à franchir et les délais rattachés (légal, gouvernemental, financier, opérationnel), des documents à compléter, des outils de gestion à mettre en place spécifiques à l'alimentation, des états des résultats propres à l'alimentation ainsi que des outils de suivi pour les conseils d'administration.

### Avancement du projet

L'identification de toutes les actions précommerciales est complétée. Elles ont été bien répertoriées, catégorisées et ordonnées dans le temps afin d'indiquer l'interdépendance qui peut subsister entre certaines actions et ainsi prévoir les investissements lorsque nécessaire. Pour donner suite à l'identification des actions et exigences requises, un cahier des charges a également été élaboré. Celui-ci permet de préciser les actions et les documents requis. Le but est toujours d'accélérer le processus de l'étape de démarrage.

L'Accélérateur est maintenant en mode test. Toute la plateforme a été montée selon les différentes étapes précommerciales à franchir, selon les besoins légaux et commerciaux ainsi que selon les outils de gestion. Notre équipe s'affaire à tester l'ensemble des fonctionnalités et des données qui s'y retrouvent afin d'ajuster le tout avant le lancement officiel.

Soyez à l'affût! Le projet sera présenté prochainement!

Merci à Desjardins et au Conseil québécois de la coopération et de la mutualité pour leur appui financier au projet.



# DÉMARRAGE D'UNE COOPÉRATIVE D'ALIMENTATION

## L'étape précommerciale : en route vers la réalisation



**MICHELLE PELLETIER**  
Directrice du  
développement réseau

La création de coopératives d'alimentation à travers le Québec est une question de vitalité dans certaines régions où le modèle coopératif apporte une solution pertinente pour les populations locales.

Malheureusement, au cours des dernières années, nous avons assisté à plusieurs fermetures d'épiceries, qui n'ont jamais été remplacées. Certains citoyens et citoyennes doivent désormais se déplacer sur des distances assez importantes pour faire leur épicerie. La fermeture d'un tel commerce entraîne parfois une dévaluation de la valeur foncière des maisons et une dévitalisation du milieu. D'où l'importance de la création et du démarrage de diverses coopératives d'alimentation dans les municipalités du Québec.

Dans nos trois précédents numéros du Journal ICI COOP, nous vous parlions des démarches cruciales pour la mise sur pied d'une coopérative d'alimentation, soit l'idéation, l'analyse de faisabilité, le plan d'affaires et le financement. Il est maintenant temps de parler de la dernière démarche, et non la moindre: la phase précommerciale.

C'est à cette étape qu'on détermine le cœur de la coopérative. On tombe dans le côté plus opérationnel d'une épicerie en mode coop. On s'assure de la conformité des aspects légaux, on détermine les produits qui rempliront les tablettes de l'épicerie, on forme notre équipe et on s'assure que nos futurs membres sont bien représentés. La démarche précommerciale établie comporte donc six aspects incontournables:

### ASPECT 2

#### Approvisionnement et mise en marché

C'est le moment de déterminer vos fournisseurs de produits et services, les coûts d'approvisionnement et l'inventaire nécessaire au bon fonctionnement de l'épicerie. C'est là que l'épicerie prend forme. Il faut penser à ce que recherche votre clientèle, à vos gammes de produits, à votre offre. Bref, ce qui fera que vos futurs clients se déplaceront en succursale. N'oubliez pas de sonder votre communauté afin de réellement répondre à ses besoins et à ses attentes sur ce qu'elle veut retrouver en magasin.

### ASPECT 3

#### Ressources humaines

On parle ici non seulement de service à la clientèle, mais aussi d'expérience client. Vous souhaitez vous distinguer de vos concurrents et ceci passe non seulement par l'offre de produits et services, mais aussi par une expérience en épicerie hors du commun. Faites vivre un moment d'exception à votre clientèle pour qu'elle ait envie de revenir. Et vos employé(e)s sont les premiers ambassadeurs de cette expérience. Dotez-vous de normes de travail, d'une culture d'entreprise et de descriptions de postes bien définies pour qu'ils comprennent ce qu'il doivent transmettre aux gens qui magasinent à l'épicerie.

### ASPECT 4

#### Administratif et outils de gestion

C'est le moment de penser au bon fonctionnement des opérations courantes de l'épicerie en se dotant d'un système de caisse et d'un système de comptabilité efficaces, accompagnés d'outils d'administration essentiels, par exemple un tableau de bord faisant état du budget, des pertes et des liquidités. Le fait d'être bien préparé et d'avoir tous les outils nécessaires en place assure une gestion quotidienne efficace et viable pour l'épicerie.

### ASPECT 1

#### Gouvernemental | Légal | Financier

Pour bien exploiter une épicerie coop, il faut s'assurer de la conformité des permis, des contrats d'approvisionnement, des aspects légaux de mise en route d'une entreprise, etc. Afin de démarrer le commerce sur des bases solides, c'est un aspect à ne pas négliger.





#### ASPECT 5

##### Volet associatif

Vous avez décidé d'exploiter un commerce alimentaire en mode coopératif, donc vos membres et votre conseil d'administration doivent être au cœur de vos priorités. C'est l'heure de déterminer vos règlements généraux, vos aspects de gouvernance et votre programme d'avantages aux membres.

#### ASPECT 6

##### Marketing et communication

Pour que votre coop soit bien positionnée, le Web et les réseaux sociaux doivent également faire partie de votre stratégie. Positionnez-vous sur ces différentes plateformes pour transmettre à votre clientèle vos implications, l'essence de votre magasin, vos valeurs et vos éléments distinctifs. Donnez-lui l'envie de visiter votre épicerie, donnez-lui un avant-goût de ce qu'elle y retrouvera et assurez-vous de toujours être constant dans vos objectifs de communication.

Pour finir, n'oubliez pas votre journée d'ouverture! Une inauguration vous donne la possibilité de communiquer l'essence même de votre épicerie : valeurs, dynamisme et image de marque de la coop, etc. Cette combinaison permet de fidéliser les collaborateurs, la clientèle et les membres autour du projet. N'oubliez pas d'en faire un événement mémorable pour votre communauté et votre milieu.



Vous rêvez de démarrer une coopérative alimentaire ou souhaitez avoir plus d'informations?

Contactez-nous à [info@ici.coop](mailto:info@ici.coop)

# De l'IDÉE à l'ACTION

Les outils financiers du Chantier de l'économie sociale

**1** seul dossier

**2** possibilités de financement adaptés aux entreprises d'économie sociale



[fonds-risq.qc.ca](http://fonds-risq.qc.ca)

[fiducieduchantier.qc.ca](http://fiducieduchantier.qc.ca)

# LES NOUVELLES DU RÉSEAU

## Les coopératives du Réseau se démarquent

### Le Club Coopératif de consommation de Chandler

#### REMPORTE LE PRIX INSPIRATION, VOLET COMMERCIAL AU GALA DE LA FÉDÉRATION DES VILLAGES-RELAIS



Lors du dernier gala de la Fédération des Villages-relais du Québec à Forestville, la Coop de Chandler a remporté le prix Inspiration, volet commercial en raison de toutes les actions posées depuis le début de la pandémie (mesures sanitaires, mobilisation de la clientèle pour l'utilisation de l'épicerie en ligne, commande téléphonique, livraison à domicile et plus encore). La coopérative remercie

d'ailleurs les divers bénévoles qui se sont joints à l'effort.

### La Coop Alentour

#### REMPORTE UNE MENTION SPÉCIALE LORS DU GALA RECONNAISSANCE ESTRIE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DE SHERBROOKE

En juin dernier, la Coop Alentour a remporté la mention spéciale Responsabilité sociale et environnementale lors du 35<sup>e</sup> Gala Reconnaissance Estrie de la Chambre de commerce et d'industrie de Sherbrooke. Une belle distinction qui appuie sa mission et son dévouement dans la communauté !



### Convivio – Coopérative des consommateurs de Lorette

#### REMPORTE LES HONNEURS AUX MERCURIADES 2022

L'équipe de Convivio a remporté le Mercure Engagement dans la collectivité aux Mercuriades 2022. Une très belle reconnaissance pour l'implication de la coop dans sa communauté!



« C'est un honneur d'être lauréat d'un concours reconnu comme celui des Mercuriades. Cette récompense est d'autant plus importante pour notre coopérative puisqu'un des 7 principes coopératifs est justement l'engagement dans la communauté. Ce prix reconnaît notre investissement dans la communauté de même que l'implication de nos employé(e)s. Aussi, nous espérons servir d'exemple et inspirer plus d'entrepreneurs à mettre en œuvre des actions qui participeront au développement d'une meilleure société », souligne M<sup>me</sup> Marlène Jobin, présidente du conseil d'administration de la coopérative.

### Coopérative de solidarité des Méandres

#### BEAUCOUP D'ENGOUEMENT POUR LA NOUVELLE COOP

À l'occasion de leur première assemblée générale à la fin de l'année 2021, les administrateurs de la Coopérative de solidarité des Méandres ont eu le plaisir de présenter des états financiers fort encourageants à leurs membres. Avec seulement six mois d'activité en novembre dernier, l'épicerie avait généré des ventes de 1 M\$ et 37 000\$ de trop-perçus.



« On dit souvent que les premières années d'un nouveau commerce peuvent être difficiles. On a fait attention, on a travaillé fort et on a bien surveillé chaque poste financier. On espère que ça va se poursuivre dans le même sens », souligne Jacques Roy, président de la coopérative.



## Les initiatives de nos membres

### La société coopérative de Lamèque Itée

#### CAMPAGNE DE FINANCEMENT AU PROFIT DE LA FONDATION DE L'HÔPITAL DE LAMÈQUE

Grâce à la loterie 50/50 qui se tient chaque semaine à la coopérative de Lamèque, 100 000\$ ont été remis à la Fondation de l'Hôpital de Lamèque par le biais de la Fondation communautaire des Pionniers et Pionnières inc. lors de la grande campagne de financement pour financer l'agrandissement de l'Unité de médecine familiale de l'hôpital.



### Coop de Charlesbourg

#### UN PETIT GESTE QUI FAIT UN GRAND BIEN

À la Coop de Charlesbourg, les membres et la clientèle peuvent faire un don directement aux caisses de la coop pour aider plusieurs familles du secteur qui bénéficient des services offerts par le comptoir alimentaire du Patro de Charlesbourg. Trois repas par jour, ce n'est pas un luxe, n'est-ce pas?

### Coopératives des Îles-de-la-Madeleine

#### LES ALIMENTS PÉRISSABLES DES ÉPICERIES RÉCUPÉRÉS POUR NOURRIR LES PLUS DÉMUNIS

En collaboration avec les coops des Îles, l'organisme Entraide communautaire des Îles veut lancer un système pour la récupération des denrées alimentaires périssables pour nourrir les personnes en situation de précarité de l'archipel.



Ce système permettra de récupérer les fruits et les légumes abîmés ou non disposés à la vente pour la redistribution. Les épiciers pourront également congeler certains produits juste avant leur date de péremption en vue de la collecte de l'organisme. Une généreuse initiative qui lutte contre le gaspillage alimentaire, tout en permettant aux personnes plus vulnérables de s'alimenter.



### Coopérative d'aliments naturels Alina de Rimouski

#### LA COOP PARTICIPE À L'INITIATIVE «CAFÉS EN ATTENTE»

La Coopérative d'aliments naturels Alina de Rimouski participe à l'initiative des cafés en attente. Les membres et la clientèle peuvent donc acheter un café qui sera offert à un autre client qui n'en aurait pas les moyens. Pour accroître cette occasion de partage, la coopérative Alina a élargi son offre en ajoutant des soupes en attente! Quelle belle initiative pour les résidents et résidentes de la région!



### Magasin coop de Montmagny

#### LA COOP PARTICIPE À LA GRANDE AVENTURE DU TOUR CIBC CHARLES-BRUNEAU

Le 5 juillet dernier à la Place Montel, la coopérative s'est jointe au Tour CIBC Charles-Bruneau afin d'amasser des fonds pour financer la recherche pour les enfants atteints de cancer et soutenir le développement de projets dédiés à l'hémato-oncologie pédiatrique.

Grâce aux efforts de tous les participants et l'engagement des différents partenaires, un montant de 4 100 000\$ a été amassé lors de cette 26<sup>e</sup> édition! Tout simplement BRAVO!



# LES NOUVELLES DU RÉSEAU

## NOUVEAUX ARRIVANTS DANS LE RÉSEAU / DIRECTION GÉNÉRALE

**Christophe Peret**  
Magasin Coop de  
Notre-Dame-du-Lac  
Témiscouata-sur-le-Lac,  
région du Bas-Saint-Laurent

**Mélanie Denis**  
Alimentation Coop  
La Pocatière  
La Pocatière, région du  
Bas-Saint-Laurent

**Catherina Audet**  
assurera la direction générale  
lorsque M<sup>me</sup> Corriveau prendra  
sa retraite  
Magasin Coop de Plessisville  
Plessisville, région du  
Centre-du-Québec

**Guylaine Rouleau**  
Magasin coop de solidarité  
Lac-Drolet  
Lac-Drolet, région de l'Estrie

**Alexandre Dieumegarde**  
Coopérative de consommation  
de l'île d'Anticosti  
Port-Menier, région de la  
Côte-Nord

**Luc Ouellet**  
Coopérative des consom-  
mateurs de Fermont  
Fermont, région de la Côte-Nord

**Pascal Thorne**  
Magasin Coop IGA de  
Havre-aux-Maisons  
Havre-aux-Maisons, région de la  
Gaspésie/Îles-de-la-Madelaine

**David Martin**  
Association coopérative  
agricole de La Patrie  
La Patrie, région de l'Estrie

## ICI COOP ACCUEILLE DE NOUVEAUX MEMBRES



### Coopérative de solidarité de Rivière-Saint-Jean et Magpie

Depuis 2019

En février 2019, un regroupement d'une cinquantaine de citoyens et citoyennes de la municipalité conviennent de la nécessité de doter leur communauté d'un service alimentaire/dépanneur

adjoint d'un service d'essence. Le projet étant jugé comme viable, la coopérative s'affaire à développer et à implanter ce nouveau service sur la Basse-Côte-Nord.

### COOP Quartier Lumicité

Depuis 2022

La nouvelle COOP Quartier Lumicité est née du désir d'un groupe de citoyens et de gens d'affaires du secteur qui souhaitent avoir un service alimentaire qui réponde aux besoins de la population. Puisque cette nouvelle épicerie devait suivre l'évolution de la demande locale selon les saisons et participer activement à la vitalité du quartier, le nouveau concept de L'ÉPICERIE ICI COOP était tout désigné pour remplir cette noble mission. Le projet est maintenant bien en selle et se concrétisera en 2023.

## LES PERSONNALITÉS DU RÉSEAU

### Suzanne Corriveau / Magasin coop de Plessisville

#### Intronisée au Temple de la renommée de l'Association des détaillants alimentaires du Québec

En novembre 2021, Suzanne Corriveau, directrice générale du Magasin coop de Plessisville depuis 30 ans et trésorière au conseil d'administration d'ICI COOP, a fait son entrée au Temple de la renommée de l'Association des détaillants alimentaires du Québec. Soulignée pour sa vision et son leadership inspirant, elle a tracé le chemin pour les femmes dans le monde de l'alimentation.



### Paul Bourget / Coop IGA Amos

#### Remporte les honneurs du prix David-Gourd



Lors du Gala Élités 2021 de la Chambre de commerce et d'industrie du Centre-Abitibi, M. Paul Bourget, directeur général de la Coop IGA Amos, a remporté le prix David-Gourd. M. Bourget est bien impliqué dans sa communauté et, malgré l'ampleur de son travail, il n'a jamais cherché les grands honneurs; seulement le bien-être de sa communauté d'adoption.



# Natrel<sup>®</sup> MD

## Fier partenaire des coopératives d'alimentation du réseau ICI COOP



Goûtez les possibilités

# PORTRAITS de COOPS

## Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre

Dans la MRC de Portneuf, dans la région de la Capitale-Nationale, bien calée à 33 km au nord-ouest de Saint-Raymond, se trouve la municipalité de Rivière-à-Pierre. Cette collectivité de près de 600 résidents permanents est un havre pour la villégiature: lacs, rivières et forêts l'entourent. On trouve à proximité de nombreux chalets, trois zecs et la réserve faunique de Portneuf. Autant de gens qui ont besoin de services stables et fiables.

C'est dans cet environnement que, depuis 2009, la Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre propose à ses membres et à sa clientèle une épicerie Bonichoix ainsi qu'un poste d'essence.

«Rivière-à-Pierre avait auparavant deux épiceries, mais qui ne satisfaisaient pas du tout la population, précise

Johanne Landry, membre fondatrice et présidente de la coop. On allait faire notre épicerie à Saint-Raymond! Les citoyens se sont plaints à la municipalité, puis un conseiller a pris l'initiative de lancer l'idée d'une coop. Quand est venu le moment de trouver des capitaux afin de financer le projet, nous avons réussi à amasser les 90 000 \$ nécessaires en 90 jours!»

Depuis son ouverture, la coopérative a procédé à deux agrandissements et est devenue une agence SAQ. Elle propose en outre des espaces locatifs pour entreposer les motoneiges ainsi que le guichet automatique Desjardins, d'autres façons d'augmenter ses revenus.

«Outre le défi de la main-d'œuvre qui se fait très rare, nous avons un enjeu d'approvisionnement, poursuit M<sup>me</sup> Landry. Certains fournisseurs nous trouvent trop loin et arrêtent de venir nous livrer. Nous devons donc nous rabattre sur des produits similaires, mais de marques différentes, ce qui n'est pas ce qui est souhaité par nos membres et par notre clientèle.»

Le volume d'affaires de l'entreprise frôle les 4 M \$, dont environ 50 % proviennent des produits pétroliers. La coopérative compte plus de 370 membres et emploie actuellement 15 personnes.



## Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac

Nichée dans la MRC des Appalaches dans Chaudière-Appalaches, la municipalité d'Adstock est le résultat de la fusion en 2001 des municipalités de Saint-Méthode-de-Frontenac, Sacré-Cœur-de-Marie-Partie-Sud et Sainte-Anne-du-Lac. Le mont Grand Morne chevauche la municipalité, tout comme le Parc national de Frontenac, situé à proximité. Environ 2 640 habitants vivent dans cette municipalité.



C'est dans ce lieu entouré par la nature que la Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac a vu le jour en 1938. Elle fête donc cette année ses 84 ans et figure parmi les plus vieux commerces de ce secteur.

La coopérative exploite deux points de vente: une quincaillerie BMR et une épicerie Bonichoix. Plusieurs produits agricoles tels que de la moulée, des semences ou encore de l'engrais font partie de son offre.

Le 30 mars 2016, la quincaillerie est réduite en cendres par un incendie. «Nous avons perdu toutes les marchandises, sauf les matériaux stockés plus bas. Nous nous sommes relocalisés assez vite dans un ancien garage et, le temps d'étudier l'ensemble des projets, nous avons acquis une bâtisse dans le village», explique Chantal Cloutier, directrice générale de la coopérative.

D'ailleurs, à la suite de l'incendie, la quincaillerie n'est plus située au même endroit et c'est à l'automne 2017 qu'elle a été entièrement relocalisée.

L'épicerie et la quincaillerie sont essentiellement fréquentées par les habitants du village. «Il y a des lacs à proximité, donc l'été il y a plus d'achalandage pour l'épicerie. Pour la quincaillerie, beaucoup d'entreprises viennent s'approvisionner chez nous», détaille la directrice. La clientèle pourra profiter des rénovations intérieures et extérieures qui viennent de prendre fin avec la construction d'une toute nouvelle entrée de magasin. «Cet aménagement permet aussi aux personnes à mobilité réduite de pouvoir venir plus facilement dans notre épicerie.»

La Coop Saint-Méthode-de-Frontenac emploie actuellement 25 personnes et est dirigée par un conseil d'administration formé de cinq membres.

Le chiffre d'affaires de l'entreprise l'année passée représentait 3 000 391 \$, parmi lesquels 2 000 196 \$ provenaient de l'épicerie.





## Coop Sainte-Justine

Établie depuis 1943, la Coopérative de solidarité Sainte-Justine, située dans la municipalité du même nom a vu naître les auteurs Roch Carrier et Gatien Lapointe. Elle est née de la fusion en 2016 des structures agricoles et alimentaires.

La coopérative offre de larges services à sa communauté : une épicerie sous la bannière IGA, un centre de rénovation BMR, une division agricole avec des fermes porcines ainsi qu'une douzaine de locaux commerciaux destinés à la location. Le chiffre d'affaires de l'entreprise représente 26 M\$, dont 14 M\$ proviennent exclusivement de l'alimentation.

À l'image des structures similaires, la coop doit relever de nombreux défis. François Denis, directeur de la coopérative, explique : « La pandémie nous a amené une impor-

tante croissance puisque nos trois secteurs sont des commerces essentiels. Nous avons donc continué à vendre. Le manque de main-d'œuvre est aussi compliqué à gérer. Nous avons tout de même été chanceux, car, durant cette période de forte croissance, nous avons quand même nos étudiants. Leur présence a compensé le manque d'employés. »

Pour contrer ce fléau, le dirigeant explique ajuster ses pratiques de travail. « Nous changeons nos façons de faire. Certaines personnes gèrent désormais des multidépartements. Nous essayons d'être imaginatifs dans les rôles de chacun pour passer à travers cette crise. Le recrutement en région n'est pas évident du tout. Nous devons revoir notre programme d'employés pour être plus compétitifs, ce qui affecte obligatoirement la rentabilité. C'est assez inquiétant, mais il est nécessaire de se positionner. »



# Découvrez les avantages de notre programme!

# L'intermarché



## Ce qui nous distingue

- Autonomie : le marchand peut prendre ses propres décisions
- Accès aux produits exclusifs de deux marques les plus vendues au pays: Le Choix du Président et sans nom
- Événements et programmes promotionnels en magasin
- Soutien de nos directeurs de district expérimentés
- Bureau régional à Montréal
- Voyage à chaque 2 ans

## Nos services

- Une **CIRCULAIRE HEBDOMADAIRE** avec des prix promotionnels compétitifs
- Des **PROMOTIONS** et des commandes d'événements spéciaux
- **PRIX DE DÉTAIL** suggérés
- Accès à du **MATÉRIEL PUBLICITAIRE** lié aux événements promotionnels
- Plate-forme de commandes **ENTIÈREMENT INTÉGRÉES**
- Visites opérationnelles aidant au **MAINTIEN DES NORMES D'ENTREPRISE**
- **SUPPORT DE SPÉCIALISTES** en sécurité alimentaire

## Nos partenaires détaillants faisant partit du réseau ICI Coop au Québec

- Coop Chambord L'Intermarché, Chambord
- Coop de Consommation de Petit-Saguenay, Petit Saguenay
- Coop Lac Bouchette L'Intermarché, Lac Bouchette,
- L'Intermarché Co-op Notre-Dame-du-Lac, Témiscouata-sur-le-lac
- Magasin Coop de Squatec L'Intermarché, Squatec
- L'Épicerie Coop Durham Sud, Durham Sud



Visiter notre site Web : [lintermarche.ca](http://lintermarche.ca) ou [axep.ca](http://axep.ca) | Courriel : [developpementdesaffaires@loblaw.ca](mailto:developpementdesaffaires@loblaw.ca)

# PORTRAITS de MEMBRES



## Lucie Munger

**Présidente du CA de la Coopérative des consommateurs d'Alma**

M<sup>me</sup> Lucie Munger est administratrice de la coopérative depuis 2017 et présidente du CA depuis 2019. Toutefois, elle n'en est pas à ses premières implications au sein d'un conseil d'administration. Anciennement présidente du Collègue d'Alma et du Conseil régional des partenaires du marché du travail, entre autres implications, elle connaît l'importance de la saine gouvernance. C'est pourquoi elle s'est donné comme mandat de doter la coop d'Alma de règles qui la rendront plus solide. Citons au passage la révision et/ou la mise en place de diverses politiques de régie interne, l'instauration d'un code de déon-

tologie et l'actualisation des règlements généraux comme autant de réalisations de la présidente de la coop.

M<sup>me</sup> Munger a choisi de s'impliquer auprès de la coop d'alimentation parce que cette dernière revêt une importance toute particulière pour la communauté. Le milieu coopératif assure que les fruits de l'entreprise commerciale demeurent dans le milieu. Par la remise de ristournes aux membres certes, mais aussi par le soutien offert à plusieurs organismes du milieu, la coopérative participe très concrètement au bien-être de la collectivité. « Nous nous assurons aussi du bien-être des employés, qui sont aussi membres de la coop. »

Mieux faire connaître tous les impacts positifs de la coop est, selon elle, le prochain défi du conseil d'administration. Le désin-

téressement des membres dans les affaires de leur entreprise collective l'inquiète. C'est pourquoi elle travaille déjà en étroite collaboration avec la vice-présidente du conseil d'administration afin que la relève soit bien préparée à relever le défi de la présidence du CA. « Notre vice-présidente actuelle est dans la jeune quarantaine et bien active dans le milieu des affaires. Elle saura représenter adéquatement l'image de la coop et mener à bien la redynamisation de notre membership. »

Solidifier les pratiques de saine gouvernance du conseil d'administration et préparer la relève au sein du CA sont des éléments dignes de mention. M<sup>me</sup> Munger pourra, à la fin de son mandat, tirer sa révérence avec le sentiment du devoir bien accompli!

## Raynald Baril

**Président du CA de la Coopérative IGA de Plessisville**

M. Raynald Baril est président du conseil d'administration de la Coopérative IGA de Plessisville depuis trois ans. « Au début, j'étais simple administrateur, puis, par la force des choses, j'ai hérité du poste de président. L'ancien avait démissionné, car il était trop occupé ailleurs, donc j'ai été sollicité. »

Raynald Baril n'en est pas à sa première expérience en tant que membre d'un CA. Il a par le passé été président pendant six ans de la Coopérative Citadelle, une coop spécialisée dans le sirop d'érable.

Le modèle coopératif fait partie des valeurs de cet homme engagé. « Ce qui me plaît dans la coopération, c'est la force des membres. La coopérative appartient aux membres; elle n'est pas privatisée », explique-t-il.

Par ailleurs, pour le président, le modèle permet également de proposer à la clientèle des infrastructures bonifiées et d'améliorer continuellement l'épicerie. « On peut se permettre d'avoir un meilleur magasin, car le profit reste dans la coop. Donc on peut réinvestir dans celle-ci et développer notre épicerie. Et quand il y a des revenus supplémentaires, ils sont partagés avec les membres », détaille M. Baril.

Le magasin de Plessisville existe depuis plus de 80 ans. « Nous avons deux épicerie et un dépanneur. À Plessisville, les gens sont assez coopérateurs, alors le modèle fonctionne bien », constate-t-il.

Pour lui, les coopératives font partie de l'avenir du Québec et elles devraient d'ailleurs voir leur rôle se renforcer. « Le modèle coopératif devrait garder sa force et même en prendre un peu plus. En observant par exemple les coopératives agricoles et leur regroupement, on voit précisément qu'on est plus forts ensemble que chacun dans son coin », dit-il avec philosophie.



## Francis Cimon

**Président du CA du Club Coopératif de Consommation d'Amos**

Francis Cimon est depuis plus de deux ans président du conseil d'administration du Club coopératif de consommation d'Amos. Fort d'une expérience de plus de 19 ans en tant qu'administrateur, il a accepté tout naturellement d'assurer les fonctions de président. « J'étais déjà vice-président et lorsque le président a quitté ses fonctions et, que j'ai été promu, c'était pour ainsi dire un processus, une ascension naturelle », se souvient-il.

Pour le coopérateur, le rôle du président comporte plusieurs défis. « Le premier et l'un des plus beaux, c'est de parvenir à garder une bonne cohésion et un bel esprit d'équipe, entre les autres membres du conseil. Très souvent, les gens viennent de milieux différents. Il faut donc, en tant que président, garder ces personnes au même diapason. Je vois un peu mes fonctions comme un chef d'orchestre. »

L'objectif principal de M. Cimon est de fédérer les membres et son équipe autour de la cause coopérative. « Au sein d'un CA, nous devons réussir à utiliser les forces de tout le monde dans le but de faire prospérer la coopérative. »

De son propre avis, le mouvement coopératif présente de nombreux avantages tant sur le plan social que collectif. « Le mouvement coopératif a un gros avantage en matière d'implication sociale. En étant une coopérative, on a toujours un petit côté plus fort. Nous sommes plus armés pour prendre soin de l'environnement, de la collectivité et pour trouver des façons de retourner les bénéfices à nos membres », avance-t-il.

D'ailleurs, le président estime que ce modèle d'affaires singulier a sa place dans le paysage entrepreneurial québécois et qu'il est porté à se développer dans l'avenir. « Ce qui crée la force et la mentalité des coopératives, ce sont leurs valeurs, qui sont de plus en plus présentes auprès des nouvelles générations. C'est comme un effet naturel de voir prospérer les coopératives, et les jeunes vont savoir les utiliser à leur manière. »

Pour la coopérative dont il assure la présidence, M. Cimon explique que le CA veille à sa consolidation financière avant d'entreprendre de nouveaux projets. « Nous prenons le temps de nous consolider pour les deux ou trois prochaines années. Nous avons déjà des structures fantastiques à Amos. Une fois ces structures consolidées, nous investirons dans la rénovation de nos bâtiments. »



# PORTRAITS d'EMPLOYÉS



## Magasin coop IGA Havre-aux-Maisons

### Jocelyne Arseneau

Gérante adjointe d'une épicerie

À la coop depuis 35 ans

Jocelyne Arseneau est membre de l'équipe du Magasin Coop IGA Havre-aux-Maisons, aux Îles-de-la-Madeleine, depuis 1987. «Je suis quasiment la plus ancienne au magasin!» dit-elle en souriant. Ayant commencé sa carrière comme caissière, puis commis, elle est maintenant gérante adjointe, responsable des rayons d'épicerie sèche.

Outre la mise en tablette des produits, elle effectue les commandes auprès des fournisseurs directs, appuie son

gérant pour les commandes automatisées, et est chargée de faire les changements de prix et de programmer les nouveaux produits. «Ce que j'aime le plus, c'est d'organiser les tablettes pour faire de la place à de nouveaux produits.»

Au fil de sa carrière, Jocelyne a vu défiler divers gérants et directeurs généraux de l'entreprise, ce qui ne l'a pas freinée dans son élan pour la qualité. Elle souhaiterait présenter des tablettes toujours bien remplies et attrayantes pour les membres et pour la clientèle. Or, le manque de personnel se fait sentir partout et les Îles-de-la-Madeleine n'échappent pas à cette réalité.

N'empêche que Jocelyne est toujours présente, souriante, très vaillante et coopérante. C'est une force tranquille dans le magasin, un atout indéniable pour la coop!

## Coop IGA La Pocatière

### Mélanie Denis

Directrice

À la coop depuis 18 ans

La Coop IGA à La Pocatière, ville constituant la porte d'entrée du Bas-Saint-Laurent, est située dans le comté de Kamouraska. Mélanie Denis en est la directrice. Elle a commencé à travailler au sein de l'entreprise en 2004 en tant que commis à la facturation. Dix ans plus tard, elle est devenue adjointe administrative, puis gérante de services. Après une absence d'un an, on lui a proposé en janvier dernier de devenir la directrice générale de la coopérative.

Ses multiples expériences sont précieuses pour relever les défis de son nouveau mandat. «Auparavant, j'aidais beaucoup les gérants, que ce soit pour la facturation ou dans leurs tâches quotidiennes. Ils sont souvent "dans le jus" – et la direction aussi!»

C'est avec sérénité que la nouvelle directrice entame son mandat, et pour cause: les fonctions de directrice ne lui sont pas inconnues. «Lors des absences de l'ancien directeur, je prenais en charge le magasin. J'étais alors adjointe administrative et directrice adjointe en même temps», explique-t-elle avec dynamisme.

Ce qu'elle apprécie le plus dans son nouveau rôle, c'est la proximité avec les gérants. «J'aime collaborer avec eux pour faire avancer la coopérative. L'aspect gestion m'attire énormément», confie celle qui dirige au quotidien 60 employés, 7 gérants et 1 adjointe.

Bien qu'elle ait atteint une fonction plus élevée, la directrice ne quitte pas pour autant le plancher. «Mes journées varient d'une semaine à l'autre. Je suis beaucoup sur le plancher. S'il y a besoin, je suis là. La clientèle me reconnaît dans les allées. Il est vrai que je suis surtout sur le plancher: c'est



rare que je suis dans le bureau. Je préfère aider les gérants. Si une caissière manque, je serai à la caisse», fait-elle savoir.

Mélanie évolue dans ce milieu depuis plus de 15 ans. «Le monde coopératif, je le connais. Ça fait longtemps que je baigne dedans. C'est quelque chose que j'apprécie: j'aime être au service des gens et de la clientèle. La coopérative leur appartient et on travaille fort

pour leur donner un bon service.»

À la tête d'une équipe tissée serré et qui s'entraide beaucoup, la nouvelle directrice a des projets ambitieux pour l'avenir de sa coopérative. «Je veux faire avancer ce magasin, qu'il devienne une place de choix pour la clientèle, les membres. J'aimerais aussi attirer plus de membres et porter la coop à un autre niveau.»

## Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte

### Marie Nguyen

Gérante d'épicerie

À la coop depuis 2 ans

Marie Nguyen est arrivée au sein de la Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte en 2020, en même temps que son déménagement de Montréal à Rivière-Pentecôte, sur la Côte-Nord, un petit village de 700 âmes. «J'ai vu qu'il y avait du travail dans le village, donc ma famille et moi avons décidé de rester», explique-t-elle. D'abord caissière, puis gérante de l'épicerie, elle apprend en pratiquant les rudiments du modèle coopératif. «C'est différent du secteur privé. On doit obtenir des chiffres, mais dans l'objectif de se suffire. Au départ, je ne connaissais pas tellement la coopérative et je l'apprends encore au quotidien.»

Entre gestion des ressources humaines, de l'approvisionnement et du terrain, Marie est polyvalente. «Je suis partout», confirme-t-elle. C'est justement cette multiplicité des tâches qu'elle apprécie au quotidien. «Cet aspect de la coopérative crée une autre dynamique par rapport à tout ce que j'ai vécu avant et c'est vraiment plus agréable. Il y a moins cette pression au rendement: je dois faire mes chiffres et payer mes salariés.» Elle explique que le modèle a permis à la direction de la coop de lui laisser sa chance pour montrer ses capacités.

La gérante souhaiterait développer l'entreprise. «Mon but serait de stabiliser la coop, d'offrir plus de produits et de travailler davantage avec les produits locaux. J'aimerais rapprocher mes fournisseurs pour que ce soit plus simple, que la cuisine et la pâtisserie se développent, et offrir plus d'emplois pour les gens du village.»



# Le recrutement international

## UNE SOLUTION GAGNANTE POUR LES COOPÉRATIVES



MARINE LOBRIEAU  
Chargée de projets

Devant l'urgence d'embaucher des professionnels qualifiés et les difficultés de pallier la situation, la Coopérative Montmagny (Chaudière-Appalaches) s'est tournée vers le recrutement international.

La pénurie de main-d'œuvre s'accroît particulièrement au Québec, avec pas moins de 194 145 postes vacants enregistrés en 2021. Une situation que subit la majorité des industries, notamment celle de l'alimentaire.

« Nous avons un réel besoin de main-d'œuvre. Concernant les nouveaux diplômés en boucherie ou en cuisine en établissement, il y a très peu de candidats », se désole Mélanie Couillard, directrice des ressources humaines au sein de la Coop Montmagny.

Afin de maintenir ses activités, la coop a trouvé une solution : embaucher des travailleurs étrangers. « Pour assurer un service qui fait la différence pour nos membres et pour atteindre nos objectifs commerciaux, c'était logique pour nous d'embaucher à l'international », soutient M<sup>me</sup> Couillard. Ainsi, quatre bouchers et deux cuisiniers viendront prochainement gonfler les rangs de l'équipe.

### Un investissement à long terme

Malgré les restrictions liées à la pandémie, le nombre de travailleurs étrangers temporaires (TET) a presque triplé au fil des années, passant de 17 600 en 2017 à 33 000 en 2020.

Par l'entremise de la firme Groupe Ivey, les nouvelles recrues, qui arrivent du Maroc et de la Tunisie, deviennent une partie de la solution, selon la directrice. « C'est une bonne pratique d'embauche. Au Québec, nous devons tout mettre en place pour assurer la main-d'œuvre, pour être attractifs, puis pour rete-

nir ces nouveaux employés. En région, tout le monde travaille. Recruter à l'international ne devient pas tant un choix : ça devient presque une obligation pour traverser cette pénurie. Et on en a encore pour longtemps. »

En moyenne, les délais entre le début du processus et l'arrivée des travailleurs varient de quelques mois à des années. Par expérience, Mélanie Couillard recommande aux intéressés de « planifier » ce recrutement et d'assurer une stabilité en ce qui concerne les processus d'immigration. Car, ne l'oublions pas, il s'agit de travailleurs migrants temporaires, dont la durée du permis de travail, et du visa pour certains, est limitée.

« Ce que je préconise, c'est de faire ces démarches en continu. Cela permet d'avoir des travailleurs sur place, d'autres en renouvellement de permis de travail et des candidats qui arrivent. C'est la bonne méthode pour se garantir un fonctionnement constant, car les délais sont longs. »

### Nouveaux marchés

Non seulement l'arrivée de ces travailleurs étrangers permet de combler des manques au sein du personnel, mais elle génère également de nouvelles opportunités d'affaires.



« À la coop, nous avons une offre de produits diversifiée et nous souhaitons aussi désormais correspondre aux habitudes de consommation de cette nouvelle clientèle migrante. Il y a d'autres entreprises dans notre secteur qui embauchent à l'international, ce qui nous apporte une nouvelle clientèle », affirme la directrice.

Ainsi, le savoir-faire des professionnels s'exporte avec l'arrivée des travailleurs et profite à la population locale. « Nos cuisiniers et nos bouchers vont également produire des choses différentes et répondre à ce nouveau besoin », précise M<sup>me</sup> Couillard.

Au-delà des préférences alimentaires, le travailleur étranger est, dans la majorité des cas et en fonction de la nature des permis délivrés, accompagné par sa famille, une réelle opportunité pour les régions et leurs villes.

« Oui, c'est un investissement à court terme pour la main-d'œuvre, mais aussi à moyen et long terme pour que ces familles fassent partie de la communauté et viennent réinvestir chez nous. C'est une forme de gagnant-gagnant. »





# PENSER ALLIANCE STRATÉGIQUE pour penser pérennité



OLIVIER RIOPEL  
Expert en services-conseils

Récemment, notre réseau a été témoin de la finalisation de deux processus de fusion en Estrie et au Bas-Saint-Laurent. Une première depuis près de 30 ans. À l'instar d'autres secteurs d'activité où les fusions sont une pratique courante, notre réseau de coopératives alimentaires a entrepris une réflexion à ce sujet. Quelle place occupent nos coopératives au sein des communautés ? Quelle est l'importance, dans le contexte actuel, de s'allier pour devenir plus fortes ?

## Portrait des fusions sectorielles

Dans le domaine agricole, le phénomène des fusions s'observe depuis plusieurs années : l'alliance entre Purdel et Agriscar dans le Bas-Saint-Laurent en 2022 ou encore le cas d'Agiska en Montérégie, en Estrie et dans le Centre-du-Québec en 2021 en sont des exemples.

Bien que moins médiatisées, les coopératives funéraires ont également suivi cette tendance il y a près de 20 ans. « Notre réseau est en mode fusion-acquisition depuis plusieurs années, souligne Alain Leclerc, directeur général de la Fédération des coopératives funéraires du Québec. Le marché a changé. Avant, nous desservions le quartier à proximité. À présent, il n'est pas rare de voir nos coopératives funéraires occuper un marché dans plusieurs villes et même à l'échelle régionale. Nos coopératives se sont adaptées. »

Selon M. Leclerc, le processus de fusion est d'abord un acte entrepris par nécessité. « On voit surtout cette unification dans des cas de difficultés financières et de besoins d'investissement. Les alliances constituent un moyen efficace pour assurer la pérennité de nos coops. »

## Étude de cas

En juin 2022, deux projets d'alliance ont vu le jour. D'abord, ce fut le cas de la Coop Alentour et de la Coop La Grande Ruche de Sherbrooke. « Le marché de l'alimentation bio est devenu au fil des ans de plus

en plus compétitif. Puisque nos deux coopératives sont en activité dans le même secteur en s'adressant sensiblement au même marché, nous étions devenus concurrents », analyse Guy Parenteau, président de la Coop Alentour.

L'idée derrière cette association est de s'unir pour avancer conjointement vers un même objectif. « La distribution de produits biologiques est également un enjeu de taille dans notre secteur. C'est dans ce contexte que nos deux coopératives, fortes de plus de 40 ans d'histoire, se sont regroupées pour assurer la continuité d'une offre alimentaire biologique d'exception pour notre milieu. »

De son côté, la Coop de Trois-Pistoles a entrepris la même démarche avec Alimentation Coop Rimouski. « Dans un contexte de besoins grandissants, l'objectif est de se positionner en construisant une grande coopérative, forte et unifiée, et de se donner les moyens de continuer à mieux poursuivre notre mission. Aussi, cette association permet de renforcer la présence coopérative dans l'est du Québec », estime Jean-Roch Michaud, président du conseil d'administration d'Alimentation Coop Rimouski.

## Les défis du secteur alimentaire

Le secteur alimentaire fait face à d'importants enjeux, exacerbés par la pandémie. La pénurie de main-d'œuvre, les difficultés d'approvisionnement, la concurrence, l'inflation, l'augmentation des prix et la

rareté des équipements ne sont que quelques-uns des problèmes évoqués par nos coopératives.

Une partie de la solution à ces problèmes se trouve dans la formation d'alliances stratégiques. Elles offrent entre autres la possibilité de financer des projets de développement ou de renouveler des équipements. Elles permettent de réaliser des économies sur les frais de gestion opérationnels puisqu'en s'unissant les besoins en personnel de gestion diminuent logiquement.

Qui plus est, ces alliances profitent directement aux membres, qui améliorent leur offre de services, tout en ayant l'opportunité de faire rayonner leur coopérative sur un plus large territoire. « Nos clients profitent de prix plus avantageux grâce à l'union de notre force coopérative et à son nouveau pouvoir d'achat. En même temps, nous assurons la pérennité de La Grande Ruche », soutient Stéphane Sdicu, directeur général de La Grande Ruche, à propos de son alliance avec la Coop Alentour.

## Un réseau plus fort

Michel Ferland, directeur général du réseau ICI COOP, démontre quant à lui la pertinence de la fusion pour consolider d'une part le pouvoir d'action et d'autre part la stabilité des coopératives. « ICI COOP soutient les projets de fusion coopérative. Maintenir et développer des services aux membres, donc aux communautés, c'est essentiel dans le cadre de notre mission sociale. »

Interrogé au sujet des fusions des coopératives alimentaires qui ont eu lieu en juin, le directeur poursuit : « Nous ne pouvons que nous en réjouir. Les alliances stratégiques assurent aux citoyens et citoyennes la disponibilité et la continuité des points de vente. Si nous voulons contrer l'insécurité alimentaire et améliorer notre présence coop en région, la consolidation du Réseau est un incontournable. »

Le réseau ICI COOP accompagne les coopératives qui désirent pousser leur réflexion sur les avantages des alliances stratégiques. Notre équipe, en partenariat avec des experts spécialisés, est disponible pour vous conseiller !



Jacques Nantel



Sylvain Charlebois

## MODÈLE COOPÉRATIF

# Comment savoir si une coopérative alimentaire est viable ?

Le journal s'est entretenu avec deux références du modèle coopératif afin de répondre à cette question : **Jacques Nantel**, professeur, chercheur et spécialiste du commerce de détail à HEC Montréal, et **Sylvain Charlebois**, professeur et directeur du Laboratoire en science analytique agroalimentaire et ex-doyen de la Faculté de gestion de l'Université Dalhousie à Halifax.

D'abord, pour Jacques Nantel, le succès de la viabilité d'une coopérative alimentaire passe par sa compréhension : « Il est essentiel de bien comprendre le mode de fonctionnement d'une coopérative. De nombreux entrepreneurs choisissent cette formule sans avoir pleinement conscience des tenants et aboutissants de la coopérative. »

L'expert détaille les spécificités de ce modèle, qui a ses propres modes de fonctionnement, de réalisation et de mission, tous différents des organisations traditionnelles. D'ailleurs, « il n'est pas rare que des coopératives dévient de leur mandat sans même le réaliser », prévient-il.

De son côté, Sylvain Charlebois estime que, dans le secteur alimentaire, il est « complexe de prévoir, car les choses changent trop rapidement ».

Néanmoins, pour analyser la viabilité d'une coop en alimentation, une notion est toujours prévisible : la localisation des réseaux. « Si on démarre une coopérative actuellement, il faudrait se diriger vers le local et le valoriser. Bien que les prix soient plus chers, ils seront plus stables, donc plus prévisibles. Pour un démarrage de ce modèle, présentement, il faut éliminer le plus possible les éléments qui fluctuent énormément et qui influencent les différentes entreprises. »

Enfin, le professeur Nantel soutient que la base des membres, de la clientèle et des consommateurs doit être extrêmement solide pour rendre fonctionnelle la coopérative de consommation. « Très souvent, le membrariat est présent lorsqu'il y a des besoins très ponctuels, mais, lorsque ceux-ci changent, il diminue. Dans le cas d'une coopérative alimentaire, si les membres n'utilisent pas la structure elle-même, elle est d'autant plus fragilisée », conclut-il.

## APPROVISIONNEMENT

# Situation hors-norme pour les épiceries : les coops, mieux outillées ?

Depuis les débuts de la pandémie, les épiceries ont vu l'approvisionnement de leur chaîne d'alimentation profondément bouleversé. La guerre en Ukraine et ses conséquences, notamment sur la flambée du prix du pétrole, compromettent aussi le fonctionnement optimal de nos épiceries. Enfin, la pénurie de main-d'œuvre aggrave cette situation déjà compliquée. Ainsi, les organisations font face à de nombreux défis, qu'elles tentent de relever en s'adaptant à la situation. Le modèle coopératif peut jouer un rôle singulier dans ce parcours.



MARINE LOBRIEAU  
Chargée de projets

Directeur du Laboratoire en science analytique agroalimentaire de l'Université Dalhousie à Halifax, Sylvain Charlebois rend compte du non-mesurable depuis 25 ans par la collecte et par l'interprétation de données pour tenter de comprendre la fluctuation des prix. Le spécialiste explique que la situation que vivent actuellement les épiceries est hors-norme : « Les défis sur le plan de l'approvisionnement prennent principalement la forme d'un rallongement des délais. »

Face à une situation des plus chaotiques, les marchés ressentent les impacts. En constante fluctuation, ils sont incapables de se stabiliser. « La synchronisation des marchés à travers le monde est un défi depuis les débuts de la pandémie. Les variantes vont le faire fonctionner de différentes manières, à différents moments. Il est donc plus difficile de prévoir et de planifier quoi que ce soit lorsqu'on expédie certains produits à travers le monde, ce qui génère beaucoup d'angoisse en ce qui concerne la promesse de livraison », analyse le spécialiste.

### Systeme sous tension

Ainsi, les pénuries latentes et confirmées causent de nombreuses tensions au sein de la chaîne d'approvisionnement. « On voit de plus en plus de fournisseurs qui cessent de vendre leurs produits parce qu'ils ne peuvent pas obtenir le prix demandé pour ceux-ci », poursuit l'expert.

L'inflation empêche le bon déroulement des procédés. Certains produits n'atteignent pas le marché aussi rapidement que désiré, ce qui génère des ruptures de stock. « C'est ce qui arrive avec l'inflation lorsque les prix montent trop rapidement. C'est beaucoup plus difficile de renégocier les prix avec l'inflation alimentaire », explique-t-il.

L'observateur construit son analyse en procédant par manches. Il en existe plusieurs au cours d'un cycle d'inflation alimentaire. « Nous sommes au début d'un nouveau cycle. Avec la situation géopolitique en Ukraine, nous sommes à la deuxième ou troisième manche. Ça risque d'être assez long, malheureusement », prévient-il.



Force est de constater que la situation est loin d'être résolue, d'autant plus que le Canada devra compter sur des conditions idéales pour son agriculture. «Je pense que la situation va se corser pour le Canada avec l'automne, tout dépendant des récoltes. On espère que dame Nature coopère, mais, pour le moment, ce n'est pas évident. Il manque le facteur humidité dans l'Ouest canadien. Ça risque donc de ne pas être une année facile», se désole-t-il.



### Pistes de solution

Pour les gérants d'épicerie, il existe néanmoins des solutions afin de prendre les devants et de gérer au mieux cette situation. «La meilleure chose à faire est de travailler avec les transformateurs et avec des partenaires en amont. Il faut également gérer les attentes des consommateurs et être réaliste le plus possible», préconise Sylvain Charlebois.

Selon ses recommandations, cette préparation permettrait de faire des prévisions tangibles qui apaiseront les tensions et qui éviteront possiblement des comportements aggravant la situation. «La crainte serait de voir des consommateurs acheter beaucoup d'avance. Quand un marché reconnaît que des prix augmentent, ça favorise le fait d'acheter en prévision, ce qui n'est pas souhaitable puisque ce

serait un problème supplémentaire pour les chaînes d'approvisionnement.»

M. Charlebois conseille de calmer le jeu pour limiter les comportements de panique: «Il faut s'assurer que les gens sont correctement informés de la situation, car, pour les prochains mois, ça risque de ne pas être facile.»

### Les coops d'alimentation : mieux préparées ?

Informé correctement le consommateur permet de bâtir une relation basée sur la confiance. Selon le spécialiste, les coopératives se distinguent dans ce cas de figure: «Elles ont un aspect sociétal. C'est dans leur pratique, dans leur genèse de penser pour la collec-

tivité. Et pour la communauté, d'être de bons citoyens corporatifs et de bien informer les gens.»

Cette relation de confiance propre aux coops est un avantage incomparable pour maintenir leur fonctionnement. «Les gens auront besoin des coopératives pour s'assurer qu'ils peuvent avoir confiance envers la chaîne d'approvisionnement. Il faut garder à l'esprit que plusieurs personnes seront affectées par cette instabilité des marchés et par l'insécurité alimentaire», affirme-t-il.

Toute la différence et l'atout du modèle coopératif réside dans l'approche des marchés. «Les coops sont là pour servir des sociétaires et des membres. L'aspect bien-être communautaire est important et fait partie des critères de valeurs d'une coopérative», rappelle M. Charlebois.

Cette approche singulière sera nettement valorisée au cours des prochains mois. «Les gens vont être obligés de penser aux autres. Il va y avoir un recentrage budgétaire pour les ménages, car il y a trop de dépenses alimentaires. Les consommateurs vont donc rechercher un détaillant qui va avoir de l'empathie pour eux et les coops sont bien positionnées pour le faire», conclut-il.



**FORMATION EN LIGNE**  
COMMIS DE BOUCHERIE



**COMPLÈTEMENT REVISITÉE!**

### FORMATION COMMIS DE BOUCHERIE

Développer les connaissances de vos commis de boucherie

#### FORMATION EN LIGNE : 3 MODULES

- Bien connaître les produits de la boucherie
- Assurer la bonne tenue des comptoirs
- Assister le le boucher/la bouchère dans la préparation des produits de la boucherie

### GUIDE DE LA BOUCHERIE AU QUÉBEC

En format numérique!

- Outil complémentaire pour vos commis et vos bouchers/bouchères
- Fiches descriptives sur les catégories de viandes et de volailles au Québec
- Offert sur ordinateur, tablette et cellulaire sans frais

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



**GUIDE FORMAT NUMÉRIQUE**



Avec la contribution financière de :

Commission  
des partenaires  
du marché du travail  
**Québec**

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

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



# LES RÉGIMES ET DIÈTES ALIMENTAIRES: comment s'y retrouver ?

De nos jours, que ce soit avant d'aller au restaurant ou de recevoir des amis, il faut souvent se poser différentes questions comme : « Est-ce que Marie mange de la viande ? » ou « Est-ce que Samuel mange du pain au blé entier ou faut-il une option sans gluten ? »

Effectivement, il est de plus en plus commun de côtoyer des gens qui ont des intolérances, des préférences ou des régimes alimentaires spécifiques. Pour certains, cela peut devenir déroutant. Une personne intolérante au lactose est-elle nécessairement végétalienne ? Est-ce que l'intolérance au gluten est la même chose que la maladie cœliaque ?

Toutes ces questions méritent des réponses claires. Tour d'horizon des principaux régimes et diètes alimentaires.



**JULIE BOUCHARD DOYON**  
Chargée de projets en communication/marketing

## LES RÉGIMES ALIMENTAIRES

### Le végétarisme

Le végétarisme est une façon de s'alimenter. Les végétariens ne mangent ni viande ni poisson. Ce type de régime alimentaire exclut seulement la consommation d'êtres vivants (bœuf, porc, poulet, poisson, crevettes, gélatine animale, etc.). Néanmoins, les végétariens se nourrissent de produits dérivés des animaux, tels que le fromage, les œufs et le lait. Souvent, les gens qui choisissent d'être végétariens le font pour des raisons de santé et d'éthique.

Un autre type de végétarisme est le flexitarisme, qui consiste à être végétarien à temps partiel. En effet, les personnes qui adoptent ce type de régime alimentaire ont tendance à réduire leur consommation de viande et de poisson, sans toutefois arrêter d'en manger complètement.

Finalement, encore dans la famille du végétarisme, se trouve le régime alimentaire du pesco-végétarisme. Un pesco-végétarien fait le choix d'exclure la viande de son alimentation, mais choisit toutefois de consommer du poisson et des fruits de mer.

### Le végétalisme

Le végétalisme est un régime alimentaire qui consiste à éliminer tous les produits de source animale comme la viande, le lait, les œufs, les insectes et le poisson. Contrairement au végétarisme, les végétaliens ne consomment rien qui provient des animaux. Ils basent leur alimentation à partir de protéines végétales, de légumes, de noix et de fruits. Souvent, les gens qui

choisissent le régime végétalien le font pour améliorer leur santé, pour réduire leur impact environnemental et pour éviter d'utiliser des animaux à des fins alimentaires. Enfin, il est important de ne pas confondre le végétalisme avec le véganisme.

### Le véganisme

Le véganisme ou végétalisme intégral est non seulement un régime alimentaire, mais aussi un style de vie. Le véganisme se définit par « l'absence d'usage des produits animaux dans la vie quotidienne » (Mathieu & Dorard, 2016). Le point commun entre le végétalisme et le véganisme, c'est la façon de manger : aucun produit animal dans son assiette. Cependant, les véganes appliquent ce principe dans toutes les sphères de leur vie, principalement pour des raisons éthiques, dans le but de ne pas exploiter les animaux, que ce soit pour cuisiner, mais aussi pour se vêtir, nettoyer ou se maquiller.

Puisque les véganes veulent éviter toute utilisation et tout abus des animaux, ils évitent aussi de faire des activités dans lesquelles les animaux pourraient être sollicités (tour de poney, monter à dos d'un dromadaire ou d'un éléphant, prendre des photos avec des animaux exotiques, aller à l'aquarium ou au zoo, etc.). En d'autres mots, en excluant tout usage des animaux dans leur vie, les véganes militent de façon indirecte ou directe pour le droit des animaux et contre le spécisme.

## TESTÉ SUR LES ANIMAUX

Il faut savoir que lorsqu'un produit a la mention « végétalien », cela ne signifie pas nécessairement qu'il n'a pas été testé sur des animaux. Il est important de

comprendre la nuance puisque plusieurs compagnies utilisent le terme « végétalien » dans le but de faire du marketing. Ainsi, un produit peut être végétalien et avoir ou non été testé sur des animaux. Il est important de s'informer et de vérifier cette information. Si vous désirez obtenir une liste des compagnies ne testant pas leurs produits sur les animaux avec une mention « végétalien », visitez le site [Cruelty-Free Kitty www.crueltyfreekitty.com](http://www.crueltyfreekitty.com) (en anglais seulement).

## LES DIÈTES ALIMENTAIRES

Ensuite, il y a certaines intolérances alimentaires (lactose, gluten) ainsi que des maladies (maladie cœliaque) qui exigent une diète alimentaire.

### La diète sans lactose

Premièrement, qu'est-ce que le lactose ? Le lactose est le sucre qui est présent naturellement dans le lait de vache ainsi que dans le lait maternel. Les enfants nés produisent de la lactase, une enzyme qui sert à digérer le lactose.

« Après le stade de l'enfance, certaines personnes cessent de produire la quantité de lactase nécessaire à la digestion du lactose présent dans le lait » (Société canadienne de recherche intestinale, 2022). Subsequently, elles deviennent intolérantes au lactose.

Comme symptômes de leur intolérance, ces personnes vont ressentir des ballonnements, des maux de cœur et de la diarrhée lorsqu'elles ingèrent du lactose. Il y a seulement un très faible pourcentage de la population qui est carrément allergique au lactose. On voit plus communément une intolérance au lactose.

Il est de plus en plus commun de voir la mention «sans lactose» sur certains produits et dans les menus au restaurant. Cependant, il est nécessaire de savoir qu'un aliment qui ne contient pas de lactose n'est pas nécessairement végétalien. Beaucoup de gens ont tendance à mélanger ces deux régimes, qui sont pourtant distincts l'un de l'autre.

Comme exemple, imaginez Kim, qui est intolérante au lactose, mais qui n'est pas végétalienne. Dans ce cas, Kim pourrait décider de manger une omelette (œufs) préparée avec du lait d'amande (qui ne contient pas de lactose). À l'inverse, puisque Kim ne digère pas le lactose, elle n'aurait pas pu manger une omelette préparée avec du lait de vache. Toutefois, elle n'est pas végétalienne pour autant puisqu'elle consomme des œufs. (Cela peut paraître complexe, mais ne vous inquiétez pas: il y a un tableau récapitulatif au bas de cette page.)

### La diète sans gluten

Le gluten est «le nom général des protéines de réserve (glutélines et prolamines) retrouvées dans le blé, l'orge et le seigle et des variantes de ces céréales comme le triticale, l'épeautre et le kamut» (L'Association canadienne de la maladie coeliaque et Les diététistes du Canada, 2018).

Certaines personnes sont intolérantes au gluten et ressentent des maux de ventre et de la diarrhée lorsqu'elles mangent des aliments contenant du gluten. Néanmoins, d'autres individus sont réellement allergiques au gluten et ont un diagnostic de la maladie coeliaque. Ces individus ont des symptômes plus sévères lorsqu'ils sont en contact avec le gluten: perte de poids, gaz, ballonnements, fatigue chronique, baisse de la quantité de fer dans le sang et état de malnutrition général.

Conséquemment, lorsqu'une personne est intolérante ou aux prises avec la maladie coeliaque, elle doit choisir un régime sans gluten. Donc, elle ne peut plus consommer de repas qui contiennent du blé, de l'orge et du seigle.

Maintenant, est-ce que tout le monde peut consommer du gluten ou c'est mauvais pour la santé? À ce sujet, il existe différents points de vue. Certaines personnes allèguent que le gluten fait grossir et gonfler. À l'inverse, d'autres disent que le gluten est bon pour la santé et que c'est important de manger les grains complets qui renferment du gluten. Chaque personne est différente. À vous de voir comment le gluten agit sur votre santé.



### La diète céto-gène

Une diète alimentaire en vogue ces années-ci est la diète céto-gène, mieux connue sous le nom de «keto». De façon générale, son principe est de manger énormément de gras pour... perdre du gras! En effet, ce régime alimentaire est élevé en lipides (gras), mais très faible en glucides (sucres). Le but est d'entrer en état de cétose. En d'autres mots, cet état permet au corps d'utiliser les lipides au lieu des sucres pour s'énergiser et nourrir le cerveau.

À la base, cette diète a été inventée pour aider les enfants souffrant d'épilepsie et les personnes souffrant de la maladie de De Vivo. De nos jours, beaucoup de gens essaient cette diète pour perdre du poids. Or, selon plusieurs nutritionnistes, elle n'est pas faite pour n'importe qui.

**TABLEAU RÉCAPITULATIF**

| Régime/diète alimentaire | Peut être consommé/acheté   | Ne peut être consommé/acheté  |
|--------------------------|---|---|
| Végétarisme              | Fruits, légumes, grains, œufs et produits laitiers  | Viande, poisson et fruits de mer  |
| Pesco-végétarisme        | Poisson, fruits de mer, œufs et produits laitiers   | Viande (poulet, bœuf, cheval, porc, etc.)   |
| Flexitarisme             | Moins de viande, sans toutefois la retirer complètement de l'alimentation   | s. o.   |
| Véganisme                | Fruits, légumes, grains, noix, laits végétaux, fromages véganes et imitations de viande                                 | Viande, poisson, fruits de mer, laine, cuir, suède, fourrure, plumes                          |
| Sans gluten              | Viande, poisson, produits laitiers, fruits, légumes, noix, pain sans gluten et pâtes sans gluten                        | Blé, orge, seigle, chapelure, bière, sauce soja   |
| Sans lactose             | Viande, poisson, fruits, légumes et grains  | Produits laitiers (lait, fromage, yogourt) et autres aliments contenant des produits laitiers |
| Cétogène                 | Viandes grasses, poisson gras, produits laitiers, fruits et légumes (très peu); aliments à haute teneur en gras saturés | Sucreries, pâtes, riz, patates, pain et céréales  |

### Références :

Harvard Health Publishing. (2020, 31 août). *Should you try the keto diet?* [www.health.harvard.edu/staying-healthy/should-you-try-the-keto-diet](http://www.health.harvard.edu/staying-healthy/should-you-try-the-keto-diet)

L'Association canadienne de la maladie coeliaque et Les diététistes du Canada. (2018). *Manger sans gluten.* [www.celiac.ca/wp-content/uploads/2019/01/Manager-sans-gluten-PEN-French.pdf](http://www.celiac.ca/wp-content/uploads/2019/01/Manager-sans-gluten-PEN-French.pdf)

Leduc-Savard, N. (2020, 5 novembre). Diète céto-gène (KETO): combattre le gras par le gras. *Noovo Moi.* [www.fraichementpresse.ca/cuisine/inspiration/regime-cetogene-diete-keto-aliments-risques-avantages-1.3635671](http://www.fraichementpresse.ca/cuisine/inspiration/regime-cetogene-diete-keto-aliments-risques-avantages-1.3635671)

Mathieu, S. et Dorard, G. (2016). Végétarisme, végétalisme, véganisme: aspects motivationnels et psychologiques associés à l'alimentation sélective. *La Presse médicale.* [dx.doi.org/10.1016/j.lpm.2016.06.031](https://doi.org/10.1016/j.lpm.2016.06.031)

Société canadienne de recherche intestinale. (2022). *Intolérance au lactose.* [www.badgut.org/centre-information/sujets-de-a-a-z/intolerance-au-lactose/?lang=fr](http://www.badgut.org/centre-information/sujets-de-a-a-z/intolerance-au-lactose/?lang=fr)

Cruelty-Free Kitty. (2022). Liste des compagnies ne testant pas leurs produits sur les animaux. [www.crueltyfreekitty.com/](http://www.crueltyfreekitty.com/)



# LES PRATIQUES vertes



## TENDANCES DE GESTION EN ALIMENTATION

Les épiceries intègrent désormais de nouvelles tendances essentielles en alimentation : l'économie circulaire et la gestion durable des ressources.

En effet, nos coopératives font preuve de dynamisme dans le but de refonder leurs piliers autour de l'économie circulaire. Ces différents enjeux sont de taille et touchent l'ensemble de la chaîne alimentaire. Dans notre dossier sur les pratiques vertes, nous nous intéressons à plusieurs fondements de cette économie : le recyclage des résidus végétaux, les types d'emballages, les nouvelles plateformes qui luttent contre le gaspillage alimentaire et le marketing responsable.

L'ensemble de ces initiatives participe de près ou de loin à une amélioration qualitative et quantitative de nos approches en alimentation, et insuffle un tournant pour intégrer de meilleures pratiques de consommation en alimentation.

## MARKETING RESPONSABLE

# Un mouvement incontournable pour vos communications

MARINE LOBRIEU

Chargée de projets

Le marketing responsable vise à associer les principes du développement durable à une stratégie marketing et publicitaire. Le but est simple : considérer son empreinte environnementale et sociale de manière positive, tout en instaurant une dimension éthique et inclusive dans sa communication d'entreprise. Ce type de marketing n'incite donc plus l'utilisateur à simplement consommer un produit, mais à associer un sens et des valeurs à son achat.

### POSITIONNEZ-VOUS

L'essentiel de la pratique réside dans la bonne manière de communiquer votre démarche entrepreneuriale et de vous positionner de façon concrète dans vos approches avec la clientèle.

### Démarches qui font la différence

#### ■ Faites une transition

Réinventez votre offre et votre façon de la présenter. Vous vendez des produits alimentaires de la région de Québec? Misez sur le circuit court de consommation et présentez les avantages écologiques de consommer votre produit.

#### ■ Soyez écoresponsable

Si vos produits sont emballés dans un emballage plastique traditionnel, recherchez les meilleures façons de limiter votre impact (p. ex., emballages

recyclables ou en carton). Si vous proposez du prêt-à-manger, vous pourriez intégrer un système de contenants réutilisables ou avec consignes pour limiter l'usage de plastiques à usage unique.

#### ■ Intégrez les principes de responsabilité sociale

Suivez les recommandations gouvernementales et le positionnement des organismes d'autorité en ce sens. Récemment, le gouvernement du Canada a publié un règlement interdisant les plastiques à usage unique en 2023. Il est judicieux d'appuyer cette démarche et de proposer vos

propres solutions en ce sens. Si vous proposez des sacs d'emplettes en plastique pour votre épicerie en vrac, pourquoi ne pas offrir des sacs en tissu réutilisables tamponnés avec votre logo?

#### ■ Assumez votre impact

L'heure est à la responsabilisation. Les consommateurs et consommatrices sont de plus en plus attachés à la culture d'une entreprise et à ses valeurs en ce qui concerne son impact environnemental. Si vos produits nécessitent un transport polluant pour les acheminer, reversez une partie de votre capital dans des





actions durables pour compenser votre empreinte écologique. Exemple : En 2021, Sobeys a conclu un partenariat avec l'organisme One Tree Planted pour la plantation d'arbres en Nouvelle-Écosse afin de limiter, en posant des gestes concrets, son empreinte carbone.

#### ■ **Devenez l'acteur du changement**

Dans la mesure du possible, soyez proactif en devenant une force de proposition dans ce domaine. N'hésitez pas à interpeler vos consommateurs habituels et à les questionner sur les mesures qui pourraient les satisfaire. Exemple: Détenir un frigo-partage pour limiter votre gaspillage alimentaire ou encore faire affaire avec des entreprises telles que FoodHero ou Flashfood pour les aliments près de la date de péremption.

#### **DONNEZ DU SENS À L'ACHAT DE VOS PRODUITS**

Le marketing responsable s'appuie également sur des valeurs partagées entre l'entreprise et le consommateur : ils sont devenus des consom'acteurs.

#### **Bon ton à adopter**

##### ■ **Les bénéfices partagés**

Votre consommateur ou consommatrice doit se retrouver dans les valeurs prônées par votre entreprise, mais aussi tirer des bénéfices en consommant vos produits. Exemples: Mettre en avant la fabrication responsable, l'aspect local, la proximité et la préservation de l'environnement;

étiqueter les produits selon leur provenance et leur impact environnemental afin de faciliter le repérage des informations.

##### ■ **La transparence**

Les consommateurs sont réticents vis-à-vis des procédés de marketing. Votre transparence à leur égard sera votre argument gagnant pour entretenir une relation durable avec votre clientèle.

#### **Évitez le piège de l'écoblanchiment**

L'écoblanchiment est une pratique qui consiste à utiliser les principes du marketing durable pour se donner une meilleure image auprès des consommateurs et consommatrices. C'est finalement une pratique trompeuse avec une responsabilité écologique douteuse. Par exemple, l'annotation « naturelle » ou « à base de plantes » ne signifie pas pour autant que ce produit est dénué de toute empreinte écologique.

Il est essentiel pour votre identité de marque de prendre des mesures concrètes en marketing durable sur les enjeux qui vous concernent directement. Le revers de la médaille serait de faire preuve d'opportunisme et de pratiquer l'écoblanchiment en associant des causes qui ne concernent pas votre réalité. Exemple : Vous détenez une coopérative en alimentation. Il est alors peu pertinent de vous lancer dans le recyclage des textiles.

Bref, avez votre communication sur la cohérence et sur l'honnêteté!



## **ROBIN VEILLEUX**

ASSURANCES & RENTES COLLECTIVES INC.  
CABINET DE SERVICES FINANCIERS

*Fier partenaire d'ICI COOP |  
Le Réseau des coops d'alimentation*

## Solutions innovantes en assurances collectives



### **CE QUI NOUS DISTINGUE**



**SERVICE À LA CLIENTÈLE  
EXCEPTIONNEL**



**HAUT NIVEAU  
DE CONNAISSANCES  
TECHNIQUES  
ET ACTUARIELLES**



**IDÉES ET PRODUITS  
NOVATEURS**



**ÉQUIPE CONSTITUÉE  
DE SPÉCIALISTES  
EN ASSURANCES  
COLLECTIVES**



**IMPORTANT POUVOIR  
DE NÉGOCIATION  
AUPRÈS DES ASSUREURS**



**SPÉCIALISTE EN SANTÉ  
AU TRAVAIL**

### **PLACE DE LA CITÉ – TOUR BELLE COUR**

2590, boulevard Laurier, 3<sup>e</sup> étage, bureau 300,  
Québec (Québec) G1V 4M6

**Téléphone : 418 658-2689 • Sans frais : 1 888 301-0515**  
**Télécopieur : 418 658-0753 • WWW.ROBINVEILLEUX.COM**

## EMBALLAGES ALIMENTAIRES

# Quels types d'emballages privilégiés ?

**JULIE BOUCHARD DOYON**  
Chargée de projets  
en communication/marketing

Saviez-vous que les emballages représentent 47 % des déchets de plastique totaux au Canada (Environnement et Changement climatique Canada, 2019) ? Parmi ceux-ci, nous retrouvons les emballages alimentaires. Ces derniers servent non seulement à transporter, à conserver et à protéger les aliments, mais aussi à informer les consommateurs. Toutefois, faire le choix le plus écologique à l'épicerie lorsqu'il s'agit de choisir un produit en fonction de son emballage est de plus en plus complexe. Qu'est-ce qui est le plus écologique et durable : un emballage en plastique recyclé ou compostable ? Un contenant en aluminium ou en verre ? Pour s'y retrouver, démystifions ensemble les types d'emballages alimentaires !

## 1 Emballage en carton et en papier

Ce type d'emballage est dérivé de l'industrie du bois. Ses fibres de cellulose sont recyclables jusqu'à sept fois; cela le rend donc intéressant d'un point de vue environnemental (CTAC, s. d.). Toutefois, plusieurs emballages faits à partir de carton sont aussi doublés d'une autre membrane, souvent de plastique, ce qui les rend très difficiles à recycler.

## 2 Emballage en plastique

Ce type d'emballage est généralement fabriqué à partir de polymères dérivés du pétrole (CTAC, s. d.). Bien que la plupart des plastiques soient recyclables au Québec, ceux-ci ne sont malheureusement pas toujours recyclés, donc une quantité importante d'emballages en plastique se dirige vers l'incinérateur ou les sites d'enfouissement. « Leur incinération libère des substances toxiques qui se retrouvent dans l'air, l'eau ou le sol, tandis que leur enfouissement rejette les produits chimiques qu'ils contiennent, comme les encres, dans les eaux et le sol » (Équiterre, s. d., p. 3).



## 3 Emballage en aluminium

L'aluminium est un matériau qui est « léger, résistant, souple et non corrosif, et recyclable à l'infini » (Ressources naturelles Canada, 2020, s. p.). Bien que la production d'aluminium génère d'importants impacts environnementaux (Équiterre, s. d.), le fait que ce soit un matériau recyclable indéfiniment rend l'emballage beaucoup plus écologique que l'emballage en plastique.



## 4 Emballage en verre

Le verre est un matériau dont la fabrication « nécessite du sable, du calcaire et du carbonate de sodium qui doivent être fondus à haute température, ce qui demande beaucoup d'énergie » (Équiterre, s. d., p. 3). Cela crée conséquemment beaucoup de gaz à effet de serre. Toutefois, une fois fabriqués, les contenants en verre peuvent être fondus et réutilisés presque à l'infini (Éco Entreprises Québec, 2022). Cela rend donc les emballages alimentaires en verre plus intéressants d'un point de vue environnemental que ceux en plastique, par exemple.







## 5 Emballage compostable et biodégradable

Les emballages compostables et biodégradables sont souvent confondus. Quelle est la réelle différence entre les deux ?

D'abord, l'emballage compostable, pour être qualifié comme étant réellement compostable, « doit atteindre un stade de décomposition de 60 à 90 % avec des morceaux de 2 mm maximum dans un délai de 180 jours » (Lessard, 2021, s. p.). Toutefois, de façon générale, les emballages compostables ne peuvent pas être déposés dans un bac de compostage résidentiel puisque toutes les conditions ne sont pas réunies pour que ceux-ci terminent en compost. De plus, tous les emballages compostables ne peuvent pas non plus être déposés dans les bacs de compost industriel fournis par certaines municipalités. En effet, « dans la très grande majorité des centres de compostage du Québec, que ce soit par du compostage extérieur ou dans des centres de biométhanisation, ces conditions ne sont pas réunies. Le plastique compostable y est donc retiré puisqu'il ne peut atteindre un seuil de dégradation acceptable » (Lessard, 2021, s. p.).

Donc, l'utilisation d'emballages compostables (surtout ceux en bioplastique) n'est pas nécessairement plus écologique puisque, malheureusement, ceux-ci se retrouvent généralement dans la poubelle, faute d'installations adaptées.

Pour ce qui est de l'emballage biodégradable, il « se décompose en moins de 6 mois grâce aux bactéries présentes dans l'environnement » (Embaleo, s. d., s. p.). Toutefois, généralement, il prend trop de temps à se

décomposer pour être admis dans le compost. De plus, il n'est pas recyclable non plus, ce qui le rend seulement admissible aux poubelles. De ce fait, l'emballage biodégradable est certes une bonne idée sur papier, mais moins en réalité!

En résumé, ce ne sont pas tous les emballages biodégradables qui sont compostables, mais tous les emballages compostables sont biodégradables.

### Alors, quel emballage privilégier ?

Alors, quel emballage alimentaire devrait-on privilégier en tant que consommateur lors de nos achats à l'épicerie? La réponse est plutôt complexe.

Plusieurs facteurs sont à prendre en compte, et tout le fardeau ne devrait pas être réservé au consommateur. Une grande responsabilité revient aux entreprises, qui doivent repenser la façon d'emballer leurs produits.

Malgré cela, voici quelques trucs pour faire des choix plus durables :

- Privilégier l'achat d'emballages alimentaires fabriqués à partir d'un seul matériau, car cela facilite le recyclage (O'Grady, 2019);
- Favoriser l'achat de boissons en canette pour pouvoir les consigner;
- Acheter des produits alimentaires en vrac ou sans emballage, lorsque c'est possible;
- Conserver les emballages alimentaires pour d'autres utilisations (p. ex., la pellicule plastique sur les contenants de champignons pour emballer un sandwich);
- Si ce n'est pas possible de réutiliser les emballages alimentaires, l'idéal est de les recycler.



### Références :

Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation (CTAC). (s. d.). *Guide de l'emballage alimentaire: informer, guider et préparer les industriels dans leurs décisions d'emballage*. [www.conseiltaq.com/wp-content/uploads/2017/05/Guide\\_emballage\\_F.pdf](http://www.conseiltaq.com/wp-content/uploads/2017/05/Guide_emballage_F.pdf)

Éco Entreprises Québec. (2022). *Le verre, une matière aux multiples facettes*. [www.eeq.ca/bac-de-recuperation/deuxieme-vie-matieres/verre](http://www.eeq.ca/bac-de-recuperation/deuxieme-vie-matieres/verre)

Embaleo. (s. d.). *Qu'est-ce qu'un emballage biodégradable?* [www.embaleo.com/content/154-quest-ce-quun-emballage-biodegradable](http://www.embaleo.com/content/154-quest-ce-quun-emballage-biodegradable)

Environnement et Changement climatique Canada. (2019). *Étude économique sur l'industrie, les marchés et les déchets du plastique au Canada: rapport sommaire*. Gouvernement du Canada. [www.publications.gc.ca/collections/collection\\_2019/eccc/En4-366-1-2019-fra.pdf](http://www.publications.gc.ca/collections/collection_2019/eccc/En4-366-1-2019-fra.pdf)

Équiterre. (s. d.). *Réduction des emballages alimentaires*. [www.legacyequiterre.org/sites/fichiers/divers/fiche\\_emballagesalimentaires.pdf](http://www.legacyequiterre.org/sites/fichiers/divers/fiche_emballagesalimentaires.pdf)

Lessard, E. (2021). *Démystifions les bioplastiques*. Association québécoise Zéro Déchet. [www.aqzd.ca/demystifions-les-bioplastiques](http://www.aqzd.ca/demystifions-les-bioplastiques)

O'Grady, C. (2019). *Les emballages durables*. MAPAQ, Gouvernement du Québec. [www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Regions/monteregie/articles/transformation/Pages/Les-emballages-durables.aspx](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Regions/monteregie/articles/transformation/Pages/Les-emballages-durables.aspx)

Ressources naturelles Canada. (2020). *Faits sur l'aluminium*. Gouvernement du Canada. [www.rncan.gc.ca/nos-ressources-naturelles/mines-materiaux/faits-mineraux-metaux/faits-sur-laluminium/20568](http://www.rncan.gc.ca/nos-ressources-naturelles/mines-materiaux/faits-mineraux-metaux/faits-sur-laluminium/20568)

ALLÉGER SA FACTURE ET AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT :

# Lumière sur les applis antigaspillage

MARINE LOBRIEU

Chargée de projets



Les applications mobiles qui permettent de lutter contre le gaspillage alimentaire fleurissent partout au Québec. Qu'il s'agisse d'aliments proches de la date de péremption, de fruits et légumes imparfaits ou encore de liquidation des surplus, leur achat permet de poser un geste écologique concret et de réaliser de belles économies.

Tour d'horizon des applications mobiles disponibles au Québec :

**Flashfood** est une plateforme dont le siège social se situe à Toronto. L'appli permet de géolocaliser les épiceries situées à proximité qui offrent des rabais sur des produits proches de la date de péremption. L'interface permet de payer directement les achats et de les récupérer dans un casier prévu à cet effet en magasin.

**Économies** : 50 % en moyenne

**Bannières participantes** : Provigo et Maxi

**FoodHero** est une entreprise montréalaise fondée sur le même principe que l'application précédente. Les produits proviennent des surplus alimentaires ou proches de la date de péremption de 10 h à 13 h 30. Le paiement s'effectue en ligne et la récupération des paniers, dans un casier à l'intérieur du magasin.

**Économies** : de 25 % à 60 %

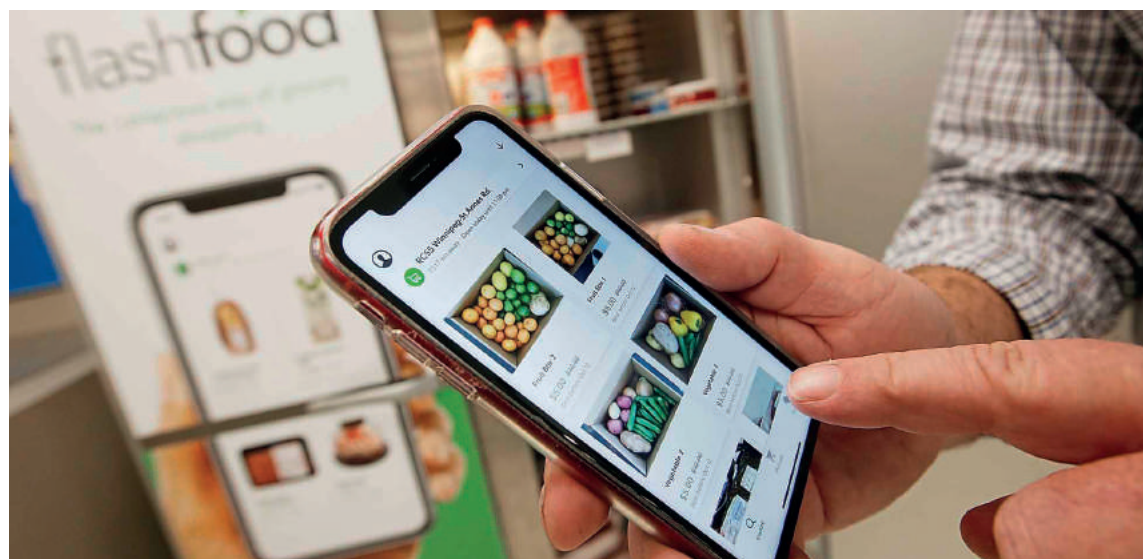
**Bannières participantes** : IGA et Metro

**Le Marché Second Life** propose un éventail d'aliments imparfaits issus de la ferme ou de chez le transformateur. « Ne jugez pas leur goût par leur forme », telle est la devise de l'entreprise québécoise. Plusieurs choix de paniers composés sont disponibles sur l'interface. Le consommateur paie en ligne avec une option de livraison en 48 h ou de récupération en point relais.

**Économies** : 15 % à 50 % sur le prix courant

**Marchands participants** : marchands partenaires (voir liste consultable sur le site)

**Too Good To Go** est certainement l'appli antigaspillage la plus connue. L'entreprise danoise est présente dans 17 pays, dont le Canada depuis 2021. Le principe : les commerces composent des paniers surprises en fonction des produits qu'ils souhaitent écouler.



**Sauvegarde** est une initiative montréalaise qui offre des aliments au rabais provenant des commerces locaux et de proximité. Dès l'achat effectué en ligne, il suffit de récupérer les denrées avant la fermeture du commerce.

**Économies** : objectif de réduire de manière significative le gaspillage alimentaire d'ici 2025 et d'atteindre le zéro déchet d'ici 2030.

**Marchands participants** : détaillants locaux (épiceries, boulangeries, cafés, etc.)

**Économies** : variables, mais avantageuses

**Marchands participants** : commerces géolocalisables en téléchargeant l'appli

Le gaspillage alimentaire est un des fléaux de nos sociétés modernes. Selon l'organisme gouvernemental RECYC-QUÉBEC, chaque année au Canada, environ 35,5 millions de tonnes de résidus alimentaires sont jetées ou perdues. Toutefois, 11,2 millions de tonnes de ces mêmes résidus sont évitables et pourraient nourrir l'ensemble de la population canadienne... durant près de 5 mois.

# La drêche dans tous ses états !

MARINE LOBRIEU

Chargée de projets

La drêche est le résidu végétal issu du brassage du malt utilisé pour faire la bière. Hautement nutritive, elle est essentiellement recyclée pour alimenter les animaux, mais elle peut aussi devenir un maillon important de l'économie circulaire. C'est le pari ambitieux qu'ont fait deux entreprises québécoises, *Malté* et *Saison 2*. Rencontre avec ces entrepreneurs qui brassent les infinies possibilités de la drêche !



Olivier Breault-Tourigny et Philippe Rioux, cofondateurs de Malté

## Moderniser une recette ancienne

Les cofondateurs de *Malté*, Olivier Breault-Tourigny et Philippe Rioux, ont imaginé une gamme de soins corporels à partir des résidus de céréales.

« L'idée est partie d'une recette de grand-mère, explique Olivier Breault-Tourigny. Au départ, on pensait inclure la bière sous format liquide, mais c'était trop compliqué. On cherchait donc un autre moyen de l'intégrer, jusqu'à ce qu'un ami nous parle de la drêche de microbrasserie. »

Après l'utilisation de la farine, qui n'a pas donné les résultats escomptés, le duo s'est tourné vers une formulation à base d'infusion. « Grâce à l'extraction et à l'infusion des drêches, on obtient un concentré liquide qui combine tous les bienfaits de la matière », renchérit Philippe Rioux.

Des bienfaits, mais pas seulement pour les soins corporels. Le duo a contribué avec originalité à un mouvement de grande ampleur : passer d'une société du tout jetable à l'économie circulaire.

« Le déclic, c'était vraiment cet aspect : nous souhaitions créer un réseau pour récupérer ces déchets organiques et en faire de nouveaux produits avec une dimension écoresponsable », souligne M. Breault-Tourigny, tout en précisant que les contenants des soins sont faits à partir de plastique recyclé.

Un projet novateur qui n'a pas manqué d'interloquer les microbrasseurs : « Ils trouvaient ça drôle, s'amuse ce dernier. D'autant plus que la gérante de la microbrasserie où on se fournissait au départ faisait des biscuits pour chien avec la drêche ! »



Chloé Roy-Michel, cofondatrice de Saison 2



## Créer une boucle d'économie circulaire parfaite

« Si mon projet n'appartenait pas au mouvement de l'économie circulaire, je ne serais pas dans l'entrepreneuriat. C'est le gaspillage des drêches qui m'a particulièrement touchée », affirme quant à elle Chloé Roy-Michel, cofondatrice de *Saison 2*.

Ancienne employée dans un bar de microbrasserie et étudiante dans le domaine de l'environnement, Chloé Roy-Michel a rapidement été interpellée par l'enjeu du recyclage des drêches.

« J'ai été outrée de savoir qu'une industrie aussi sympathique que la bière engendre autant de déchets. En 2019, on en parlait très peu », se souvient-elle. L'entreprise s'est alors donné comme mission de revaloriser la matière sous forme de craquelins.

« C'est un produit qui peut être consommé en dégustant une bière, en apéro. La drêche compose 50 % de nos biscuits : c'est une revalorisation optimale. »

En moyenne, une brasserie produit une tonne de résidus par semaine. Son entreprise en recycle 60 kilos à un rythme hebdomadaire. « Certains s'inquiètent de savoir avec toutes ces nouvelles initiatives si nous ne manquerons pas de drêches. Je leur réponds : "Jamais de la vie !" »

Et pour cause, l'industrie de la bière connaît une croissance fulgurante. Depuis cinq ans, les microbrasseries ont augmenté de 40% au Québec, avec plus de 300 permis délivrés en date d'avril 2022.





# UN GROSSISTE DU QUÉBEC AU SERVICE DES COOPÉRATIVES *d'ici*

## Pourquoi choisir Metro?

**Fraîcheur, variété et service** sont tous des ingrédients d'une recette gagnante. Une recette que Metro, en tant que grossiste, offre jour après jour aux coopératives de tout le Québec. Metro propose la meilleure équipe pour promouvoir ces produits et pour soutenir la croissance de vos commerces.

Une approche très coopérative.  
Et authentiquement québécoise.

## Une équipe de confiance. Un gage de qualité.

Par sa proximité et sa connaissance des Québécois, notre équipe dédiée vous accompagne au quotidien par des mises en marché et des programmes d'exécution adaptés à la réalité régionale.

Profitez aussi de marques privées de qualité, reconnues à de nombreuses reprises dans le marché, comme Sélection et Irrésistibles.



« Metro se démarque par la qualité de son service hors pair. Les représentants sont toujours disponibles et à l'écoute de nos besoins. C'est ce qui nous rend aussi fiers d'avoir un partenaire unique comme celui-ci. »

**Stéphane Langlois,**  
**Directeur**  
**Marché Ami - Coop de Percé**



**metro**

« Ce qui nous rend fiers, c'est la fidélité de nos membres, qui sont très nombreux : un peu plus de 7000 membres, pour une population d'environ 7000 habitants à Val-des-Sources. »

**Stéphane Gosselin,**  
**Directeur général**  
**Metro Plus - Coop d'Asbestos**



Marché  
**Richelieu**  
*Complice de votre quotidien*

« Notre coop est fière de la collaboration étroite avec Metro. Un travail d'équipe, des employés toujours à l'écoute de la clientèle. Notre coop continue de s'agrandir. Une formule gagnante Coop et Metro. »

**Maryse Gaudreault,**  
**Directrice**  
**Marché Richelieu - Coop d'Amqui**



« Je suis fier d'aider et de servir ma communauté en étant une des entreprises principales du village, que ce soit pour offrir les meilleurs prix et services à ma clientèle, et pour offrir plusieurs emplois aux gens d'ici. »

**Vincent Belzile,**  
**Directeur**  
**Marché Richelieu - Coop de Saint-Fabien**



# LA CERTIFICATION BIOLOGIQUE, une nécessité pour les détaillants ?



OLIVIER RIOPEL  
Expert en services-conseils



Depuis plusieurs années, la consommation d'aliments biologiques connaît une forte hausse. La majorité des coopératives du Réseau proposent une offre de produits biologiques. D'ailleurs, tous les détaillants ont le droit de le faire. Or, avant de se lancer dans la mise en marché de ces produits, il est essentiel de connaître les bonnes pratiques et, surtout, de se conformer à la réglementation en vigueur.

## La conformité pour tous

« La conformité concerne tous les détaillants, pas seulement les distributeurs certifiés », rappelle Nicolas Bourque, coordonnateur à l'information au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV). L'appellation biologique est elle-même soumise à une réglementation stricte dans le but de baliser son utilisation et de la conformer aux règlements en vigueur.

Dans les faits, peu de détaillants connaissent bien ces procédures, qu'il s'agisse de la manipulation des aliments ou de leur distribution.

« Pour être en conformité avec la réglementation, les détaillants doivent d'abord prendre connaissance des bonnes pratiques. Nous recommandons fortement aux détaillants coop de consulter le guide élaboré à cet effet par le CARTV », souligne M. Bourque.

## Un processus rigoureux

L'appellation biologique renvoie à un processus rigoureux du champ à l'assiette. Cette désignation permet de garantir la conformité des produits issus des productions affiliées. Chaque intervenant certifié doit détenir un plan de préparation qui répond aux exigences du Cahier des charges biologiques, homologué par le CARTV. Pour le détaillant, cela implique de contrôler rigoureusement et de consigner dans des registres l'ensemble des fournisseurs, des certificats de conformité de ces derniers et la liste des produits qui auront été transformés, comme c'est déjà le cas pour la vente en vrac.

La manipulation des aliments est également soumise à un processus strictement encadré. Le plan de préparation est inspecté annuellement par un certificateur agréé. Cette inspection est payante et acquittée par le détaillant. Le tarif de ce processus varie selon le volume des ventes et le type d'entreprise.

## Alors, se certifier ou pas ?

N'oublions pas que la certification biologique est la seule norme reconnue internationalement. Elle permet au consommateur de s'assurer de l'intégrité des aliments biologiques qu'il consomme. Le détaillant a l'obligation de détenir une certification s'il modifie l'intégralité du produit labellisé. Dans d'autres cas, aucune réglementation ne l'y oblige.

Par exemple, si le commerçant reçoit des citrons biologiques ensachés et qu'il décide de les vendre à l'unité, il sera alors contraint de les manipuler. Par cette action, le détaillant intervient dans le processus et le traçage de conformité. Cette continuité de conformité est à la base des normes biologiques.

Le détaillant qui désire axer son offre vers la distribution d'aliments biologiques, de leur transformation ou de leur intégration dans des menus prêts-à-manger devrait songer à se doter d'un certificat de conformité.

## Des détaillants prennent le virage

Malgré la réglementation stricte, plusieurs professionnels et professionnelles du secteur se sont tournés vers la certification biologique. C'est le cas de plusieurs coopératives, notamment la Coop Alentour, qui gère un réseau de distribution de produits spécialisés en alimentation saine et un point de vente à Sherbrooke.

La certification biologique est d'ailleurs très populaire auprès des épiceries santé et des épiceries écoresponsables.

« Au sein de notre coopérative de solidarité, nos membres producteurs sont eux-mêmes certifiés biologiques dans une région qui est très dynamique dans ce créneau. Pour notre coopérative, cela faisait du sens, tant pour la mise en marché que pour les valeurs sociales véhiculées », explique Guylaine Pelletier, gestionnaire chez BIZZ coopérative de solidarité en alimentation locale à Chicoutimi, qui a commencé ses activités en tant que coop lors de la pandémie et obtenu la certification.

## POUR EN SAVOIR PLUS

Consultez les différents guides du CARTV, au [www.cartv.gouv.qc.ca/ressources](http://www.cartv.gouv.qc.ca/ressources).



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](mailto:marchandisage@alimentsduquebec.com)

\*Source : Léger (janvier 2021) \*\* Source : Léger (2020), L'étude bleue.

# UKRAINE: l'esprit coop dans la résistance



Depuis 2008, SOCODEVI appuie des milliers de familles coopératrices ukrainiennes œuvrant dans les filières agricoles du grain, du lait et des produits maraîchers dans les régions de Lviv (ouest), de Dnipro (centre) et du Donbass (est). Cette coopération est possible grâce au soutien financier du Canada et à l'engagement du réseau coopératif et mutualiste de SOCODEVI, auquel appartient le réseau ICI COOP.

Lorsqu'on lui a demandé quelle est sa routine quotidienne depuis février, Sofia, spécialiste en égalité des genres et employée du partenaire de SOCODEVI en Ukraine, le Dnipro Agriculture Extension Service (DAAS), répond : « Ça dépend. On ne peut rien prévoir à long terme avec les bombardements. »

Sa priorité, c'est coopérer pour résister. Pour que cesse la guerre. Pour que l'Ukraine s'en sorte unie. « La coopération entre les gens est essentielle. Pendant la guerre, les relations qu'on entretient avec les autres sont cruciales afin de répondre aux besoins autour de nous, d'aider et de recevoir de l'aide. »

## Se réorganiser ensemble pour continuer

Selon l'ONU, une personne sur six est déplacée à l'intérieur du pays. Si certaines familles agricultrices appuyées par SOCODEVI dans le Donbass – où le conflit fait rage – ont choisi de demeurer à la ferme avec leurs troupeaux d'animaux, d'autres ont migré vers Lviv, à l'ouest, en même temps que des membres de l'équipe du DAAS évacués d'urgence.

« Les hommes sont au front. Les femmes restées en Ukraine œuvrent en amont et sont devenues responsables de tout le reste, dit Sofia. Tout a changé. » C'est pourquoi il faut trouver des solutions collectives et adaptées aux femmes, selon elle.

À Lviv, entre autres, l'équipe du DAAS se mobilise pour aider les familles coopératrices déplacées à redémarrer leurs activités agricoles à l'aide de serres maraîchères amovibles et de partenariats avec d'autres coopératives. Un bon nombre de ces personnes sont devenues dépressives, selon Sofia. Il est donc essentiel de les aider à reconstruire leur dignité personnelle et à plaider pour leur cause dans le but que leurs besoins soient mieux compris, mais aussi pour faire tomber les barrières.

## Penser en dehors des pintes de lait

Exemple de barrière : en Ukraine, il est illégal de vendre du lait non pasteurisé à la ferme. Dès les premières semaines de la guerre, les transformateurs laitiers ont cessé d'acheter le lait des fermes, alors que les bêtes continuent de produire du lait et que leurs propriétaires – les femmes – restent à la ferme pour s'occuper d'elles.

« La stratégie n'est pas seulement de survivre, mais de garder les vaches, de développer la transformation et de reconstruire la logistique des intrants et de la vente conjointe, explique Iryna, spécialiste en développement coopératif pour le DAAS dans la région de Dnipro. Il est très important de conserver les coopératives existantes et d'aider les personnes agricultrices délocalisées à relancer leurs activités en utilisant la plateforme coopérative. »

Les femmes membres de la coopérative Milk River, située à la frontière des régions de Kharkiv et de Dnipro, ont décidé de lancer une mini-transformation et de fabriquer du fromage artisanal. Grâce au projet WeProsper mené par SOCODEVI, elles ont reçu l'équipement nécessaire pour fabriquer du fromage à pâte molle à domicile.

« L'entraide est une valeur qui nous anime dans les moments les plus difficiles, explique Maryna, productrice membre de Milk River. Nous nous aidons nous-mêmes et, en même temps, nous fournissons des produits laitiers aux personnes résidentes ou délocalisées des points chauds. Nous croyons en l'Ukraine. Nous produisons le meilleur fromage du monde au goût de la liberté! »

## L'avenir est coop

Sofia croit fermement au développement coopératif, dont elle a tout appris par l'entremise de SOCODEVI et de ses institutions membres, comme Sollio Groupe Coopératif, Agropur ainsi que l'Institut de recherche et d'éducation pour les coopératives et les mutuelles de l'Université de Sherbrooke (IRECUS).

Sa collègue Iryna abonde dans le même sens. « J'ai toujours été convaincue que le modèle coopératif combiné au développement des compétences entrepreneuriales des membres est le modèle le plus durable, affirme-t-elle. Ma confiance a seulement augmenté maintenant que je vois comment les coopératives gèrent le contexte de guerre. »

Pour Sofia, Iryna et Maryna, il semble donc évident qu'en Ukraine, le modèle coopératif a encore plus de potentiel qu'avant.

Soutenez les efforts de SOCODEVI et de ses partenaires pour venir en aide aux familles coopératrices touchées par le conflit en Ukraine.

Note: Les photos de ce texte ont été prises avant février 2022.



## SAVIEZ-VOUS QUE...

Le réseau ICI COOP est membre de SOCODEVI depuis 2006 et a contribué à plusieurs initiatives d'appui au Guatemala, au Mali et au Pérou ? M. Jean-Roch Michaud, président du réseau ICI COOP, siège au conseil d'administration de SOCODEVI.





# Faire rayonner notre monde

Depuis 100 ans, nous produisons ici, transformons ici, récoltons ici et participons au développement et à la vigueur économiques d'ici.

**Ensemble, mettons la table  
pour demain.**



sollio.coop

## Être membre du réseau ICI COOP

# QUELS AVANTAGES ET QUELS SERVICES?

Le réseau ICI COOP est un regroupement significatif au potentiel élevé, niché au cœur d'un puissant écosystème. Une organisation motivée à devenir plus grande et plus pertinente, au profit des citoyens et citoyennes du Québec et de ses communautés.

Le réseau ICI COOP propose un éventail de services et de projets novateurs aux coopératives d'alimentation qui en sont membres. Que ce soit par des services-conseils pour améliorer leur rendement, par des ententes de services commerciaux, par la mise en route de nouveaux projets d'intercoopération ou par la représentation dans le monde de l'alimentation, la Fédération veille depuis plus de 25 ans à ce que le réseau ICI COOP et ses membres demeurent des incontournables dans le milieu.

Les coopératives enrichissent à leur tour le réseau ICI COOP ainsi que sa force de représentation, participant également à l'avancement de divers projets bénéfiques pour l'ensemble des membres. Ainsi, à travers les membres, le Réseau participe de façon durable à la croissance des individus et des communautés. Il contribue de façon remarquable à cet écosystème alimentaire : la reconnaissance de ce réseau de coopératives fortes et pertinentes n'en est que plus grande.



### Ensemble, nous sommes plus forts

Le secteur de l'alimentation est en constante évolution et le réseau ICI COOP, s'appuyant sur un modèle d'affaires unique et durable, prend de plus en plus de place dans le domaine. Adhérer comme membre, c'est non seulement devenir un acteur de premier plan pour la croissance du réseau, mais c'est également profiter de nombreux avantages :

- Participer au développement du mouvement coopératif dans l'industrie alimentaire;
- Être représenté au sein de plusieurs partenaires de développement économique et commercial de grande envergure;
- Participer à l'avancement de divers projets bénéfiques pour votre coopérative et pour l'ensemble des membres;
- Enrichir le réseau ainsi que sa pertinence;
- Profiter des services offerts par l'équipe d'experts du Réseau;
- Obtenir des tarifs préférentiels sur les services offerts;
- Adhérer à plusieurs ententes de partenariat avec divers fournisseurs d'approvisionnement pour votre coopérative et vos membres;
- Adhérer à M'COOP, un programme d'avantages exclusifs aux membres de votre coopérative;
- Avoir accès au fonds d'intervention du Réseau;
- Et bien plus!



## Les services

L'équipe d'ICI COOP, composée de 11 experts aux compétences diverses, offre une panoplie de services professionnels adaptés aux besoins spécifiques de chaque coopérative. Grâce à des ententes avec divers partenaires du milieu, plusieurs services peuvent être subventionnés, ce qui réduit largement le coût des interventions. Notre équipe se spécialise dans cinq grands secteurs:

### OPÉRATIONS ET MANAGEMENT

- Consultation opérations/management
- Direction intérimaire
- Recrutement et/ou évaluation de la direction générale de la coopérative
- Négociations d'ententes
- Planification stratégique
- Formation/coaching
- Diagnostic ou portrait organisationnel

### COMMUNICATIONS ET MARKETING

- Création de site web
- Graphisme
- Gestion des communications
- Plan de communication
- Rédaction d'infolettre ou journal format papier pour les membres
- Outils commerciaux Facebook
- Élaboration d'une stratégie marketing

### DÉVELOPPEMENT

- Étude de faisabilité
- Accompagnement au démarrage
- Évaluation de projets de développement d'affaires
- Évaluation de la juste valeur marchande
- Vérification comptable diligente
- Vérification légale diligente

### VIE ASSOCIATIVE

- Accompagnement aux rencontres de CA
- Organisation d'une assemblée générale en mode virtuel ou en présentiel
- Programme d'avantages membres M'COOP
- Formation des dirigeants – Quels sont les rôles et devoirs des administrateurs d'une coop?

### SERVICES ADMINISTRATIFS

- Encadrement légal
- Démarrage d'un système comptable
- Soutien comptable



*Haricot Magique*

ÉPICERIE - ZÉRO - DÉCHET

La coopérative financière des **entreprises collectives au Québec** pour une économie sociale et durable.

La coopérative de solidarité Le Haricot Magique, une épicerie zéro déchet, est une des 950 coopératives membres de la Caisse d'économie solidaire

**JOIGNEZ  
LE MOUVEMENT!**  
[caissesolidaire.coop](http://caissesolidaire.coop)