

# **Les cinq principaux acteurs de la grande distribution au Canada**

---

Cet aperçu des cinq grands acteurs de la grande distribution fut construit à partir des données transmises par chacune des firmes. Il est à noter que la pertinence des informations communiquées dans cette présentation a été étroitement liée à la politique de communication de chacune des trois firmes.

Loblaw est la plus importante des trois firmes canadiennes (Wal-Mart et Costco étant américaines) avec un chiffre d'affaires de plus de 28,6 milliards de dollars en 2006. Elle est présente sur tout le territoire canadien au travers de ses nombreuses bannières différentes. Au Canada, Sobeys occupe la deuxième place avec un montant des ventes s'élevant à près de 12,9 milliards de dollars en 2006. Enfin, Métro tient le troisième rang au niveau du Canada mais la deuxième place en ce qui concerne les deux principaux marchés (Québec et Ontario). En effet, Métro réalise pratiquement la totalité de ses ventes dans ces deux provinces, de l'ordre de 10,9 milliards de dollars en 2006.

Les bannières que nous définirons comme étant des hypermarchés seront celles ayant une superficie moyenne supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, celles comprises entre 600 et 2500 m<sup>2</sup> étant des supermarchés et les enseignes ayant des superficies moyennes inférieures à 600 m<sup>2</sup> seront appelées marchés de proximité. Ces derniers peuvent être séparés en deux catégories distinctes : d'une part les magasins de vente au détail de proximité dits « traditionnels » (équivalent du Spar en Europe) et les dépanneurs, vendant des produits variés de première nécessité avec des horaires d'ouverture étendus.

Enfin, les magasins (hyper ou supermarchés) d'escompte sont des enseignes « hard-discount ».



George Weston limitée (« Weston ») est une société canadienne fondée en 1882 et, par l'entremise de ses filiales actives, elle est l'un des groupes de transformation des aliments et de distribution alimentaire les plus importants en Amérique du Nord. Weston exerce ses activités dans deux secteurs d'exploitation isolables : Weston Foods et Les Compagnies Loblaw limitée (« Loblaw »).

Weston Foods se concentre principalement sur les industries des produits de boulangerie et des produits laitiers en Amérique du Nord. Les Compagnies Loblaw Limitée est la plus grande entreprise de distribution de produits alimentaires et l'un des plus importants détaillants de marchandise générale, de services de pharmacie et de services et produits financiers au Canada. Le groupe Provigo Inc. en fait partie tout comme les détaillants Loblaws, Inter marché, Maxi, The Independent Grocer et beaucoup d'autres. Plus de 139 000 employés à temps plein et à temps partiel œuvrent à la réalisation des stratégies de la société. Ils sont répartis d'un océan à l'autre dans plus de 1 000 magasins détenus par la société et magasins franchisés, ce qui fait de Loblaw l'un des employeurs les plus importants dans le secteur privé au Canada.

Pour bien servir sa clientèle, un vaste éventail de bannières sont présentes dans toutes les régions du Québec, avec un réseau de près de 450 magasins rien qu'au Québec: Provigo, Maxi, Maxi & Cie, Loblaws, L'inter marché et Axep. Ces magasins enregistrent plus de 3 millions de consommateurs chaque semaine. Chaque bannière remplit une mission spécifique: des concepts d'escompte (Maxi et Maxi & Cie), des concepts de supermarchés conventionnels présentant une vaste gamme de produits alimentaires (Loblaws et Provigo) et d'autres, axés davantage sur la proximité et la convivialité (L'inter marché et Axep).

Loblaw possède plusieurs marques contrôlées ou label de qualité *President's Choice* et *No Name* avec une gamme de plus de 5 000 produits. The *President's Choice* a été un concept innovant, car ce fut le premier label de la grande distribution à rechercher la qualité élevée, contrairement aux autres enseignes plus tournées vers des produits génériques.



## Données de 2006 :

Formats de magasin	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés	Comptes indépendants	Entrepôts
Atlantic Superstore	53				
Dominion* (Terre-Neuve et Labrador)	14				
Real Canadian Superstore	97				
<b>Total des magasins à grande surface</b>	<b>164</b>				
Atlantic SaveEasy	1	44	7		
Fortinos		20			
Loblaws	91				
Provigo	80	21	4		
SuperValu	1	15	7		
Valu-mart		57	11		
Your Independent Grocer		50	1		
Zehrs	50				
Autres	2	37	282		
<b>Total des magasins conventionnels</b>	<b>225</b>	<b>244</b>	<b>312</b>		
Extra Foods	79	27			
Maxi	96				
Maxi & Cie	16				
No Frills		134			
<b>Total des magasins à escompte</b>	<b>191</b>	<b>161</b>			
Cash & Carry	35		139		
Presto	20				
Real Canadian Wholesale Club	37				
<b>Total des clubs-entrepôts</b>	<b>92</b>		<b>139</b>		
<b>Total des magasins</b>	<b>672</b>	<b>405</b>	<b>451</b>	<b>7 323</b>	<b>26</b>

\*Marque de commerce utilisée sous licence.

## Données de 2008 :

*Étant donné le manque d'informations concernant Loblaw, nous ne développerons ici que les 3 plus importantes bannières de Loblaw.*



Loblaws fait partie de Les Compagnies Loblaw Limitée. C'est en 1998 que les premiers supermarchés Loblaws ont ouvert leurs portes au Québec. Grâce à son offre inégalée, Loblaws s'est hissée au rang de chef de file de l'alimentation au détail au Québec. Loblaws compte 37 magasins au Québec et une centaine sur tout le territoire canadien, et embauche quelques 5300 employés.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	37
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	7 700



Provigo est une bannière présente seulement au Québec. Toutefois, elle compte quand même aujourd'hui quelques 110 magasins à travers la province et procure de l'emploi à plus de 5700 employés.

Les magasins Provigo sont des hypermarchés, ils sont approvisionnés par 4 centres de distribution répartis sur le territoire québécois.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	110
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	3 300



C'est en 1984 que la bannière Maxi a vu le jour au Québec, suivie quelques années plus tard, en 1996, de sa bannière sœur Maxi & Cie.

On compte aujourd'hui plus de 96 magasins Maxi et 16 Maxi & Cie partout au Québec et ce nombre ne cesse de croître. La bannière n'est toutefois pas présente dans les autres provinces du Canada et embauchent 7 000 employés.

La stratégie de Maxi est de devenir le détaillant en alimentation québécois le moins cher vis-à-vis de ses concurrents. La bannière peut ainsi être comparée aux « hard-discounts » européens proposant des produits à bas prix en les présentant dans des rayons sommaires.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	96 Maxi et 16 Maxi Plus
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	8 000



Avec un chiffre d'affaires annualisé de près de 11 milliards \$ et plus de 65 000 employés, **METRO INC.** est un chef de file dans les secteurs alimentaire et pharmaceutique tant au Québec qu'en Ontario où elle y exploite un réseau de près de 600 marchés d'alimentation. La compagnie n'est pas présente dans les autres provinces canadiennes mais s'est développé en créant différentes bannières lui permettant de se positionner sur tous les segments de la grande distribution canadienne (hyper marchés, supermarchés, magasins d'escompte, dépanneurs, pharmacies etc.) sous les bannières *Metro*, *Metro Plus*, *Super C*, les dépanneurs *GEM*, *Marché Richelieu*, *Marché AMI*, les épicerie *Les 5 Saisons*, *A&P*, *Dominion*, *Loeb* et *Food Basics*, de même que plus de 265 pharmacies sous les bannières *Brunet*, *Clini Plus*, *The Pharmacy* et *Drug Basics*.

Les données communiquées ci-dessous sont de Mars 2008.

### Secteur alimentaire :

Bannières	Nombre de magasins
Supermarchés	397
Magasins d'escompte	172
Total des bannières alimentaires	569



Les différentes enseignes :

## METRO

Avec ses 225 magasins, dont 67 arborant la nouvelle signature *Metro Plus*, la bannière *Metro* est un chef de file dans le segment des hypermarchés au Québec.

Région d'implantation	Québec
Nombre de magasins	221
Superficie moyenne (m <sup>2</sup> )	2 500



Dans le segment des magasins d'escompte, la bannière *Super C* opère dans des magasins d'une superficie moyenne de 3 910 mètres carrés.

Région d'implantation	Québec
Nombre de magasins	60
Superficie moyenne (m <sup>2</sup> )	3 910



Depuis juin 1999, Métro Inc. est présent dans le segment des hypermarchés dans l'est et le nord de l'Ontario avec son réseau de magasins *Loeb*.

Région d'implantation	Ontario
Nombre de magasins	32
Superficie moyenne (m <sup>2</sup> )	2 670



*A&P, Dominion, The Barn et Ultra Food & Drug exploitent conjointement des magasins en Ontario, ils sont un peu l'égal de Métro et Métro Plus au Québec.*

<b>Région d'implantation</b>	Ontario
<b>Nombre de magasins</b>	127
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	3 600



Dans le segment des marchés de proximité, la bannière *Marché Richelieu* occupe le 1er rang au Québec. Ils concurrencent directement les dépanneurs en offrant un plus large choix de produits à prix moins élevés.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	101
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	540



*Food Basics* est un hypermarché d'escompte où sont vendus des produits de qualité à bas prix implantés seulement en Ontario.

<b>Région d'implantation</b>	Ontario
<b>Nombre de magasins</b>	116
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	2 930





## Épicerie :



La bannière *AMI* a débuté dans la région de Québec en 1962. Le nom provient de l'Association des Marchands Indépendants. En plus des rayons d'épicerie, ce commerce de petite surface comprend également des rayons de viandes, fruits et légumes, produits laitiers, surgelés, boulangerie et mets cuisinés.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	86
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	NC



À travers les années, les marchés *Les 5 Saisons* ont su se tailler une réputation d'épiciers spécialisés dans les produits recherchés et hauts de gamme provenant de différents pays.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	2
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	NC



### Dépanneur :



La bannière *GEM* a débuté à l'aube des années 1960 sous le nom Groupement des Épiciers Modèles (GEM). Ce concept de marché de dépanneur indépendant offre également un service d'épicerie adapté aux exigences particulières de sa clientèle. Il s'agit d'un concept de bannière flexible qui correspond aux besoins d'opération du marchand. Dans certains magasins, on peut retrouver des services de boulangerie, de charcuterie, de pâtisserie, de plats cuisinés, de fruits et légumes et des produits surgelés.

Région d'implantation	Québec
Nombre de magasins	247
Superficie moyenne (m <sup>2</sup> )	NC





### Le secteur pharmaceutique :

METRO INC. est aussi actif dans la distribution de produits pharmaceutiques, avec 265 pharmacies sous les bannières Brunet, Clini Plus, Pharmacy et Drug Basics.

#### **Bannières :**



### Les entrepôts au Québec - METRO RICHELIEU INC. :

#### **Produits frais**

La division « Produits frais » regroupe six entrepôts au Québec dont deux pour les viandes et produits surgelés, deux pour les fruits et légumes et deux pour les produits de la mer.

- Viandes et surgelés

La division des viandes et surgelés exploite deux entrepôts au Québec, soit un dans la région de Montréal et un dans la région de Québec, pour assurer l'approvisionnement, l'entreposage et la vente de viandes et des produits surgelés. Cette division assume également le volet de transformation des viandes, ce qui fait de METRO le seul distributeur alimentaire canadien à posséder son propre centre de transformation. Les entrepôts de Montréal et Québec ont été certifiés HACCP respectivement en 1999 et 2003. Ce sigle signifie Analyse des risques et maîtrise des points critiques (Hazard Analysis and Critical Control Point) et constitue l'une des plus importantes normes internationales garantissant aux consommateurs la salubrité des denrées alimentaires. En 2002, grâce à un important programme d'investissement de plus de 23 millions \$, la Société procédait à la modernisation et à l'agrandissement de ses deux entrepôts de Montréal et Québec permettant ainsi de doubler leurs superficies pour atteindre respectivement 23 200 et 8 640 mètres carrés.



- **Fruits et légumes**

La division fruits et légumes exploite deux entrepôts dans la région de Montréal et de Québec. Elle est ainsi responsable de l'approvisionnement, de l'entreposage et de la vente de fruits et légumes ainsi que des produits laitiers auprès des diverses bannières de la Société. La division fruits et légumes s'approvisionne dans plus de 15 pays différents.

- **Pêcheries Atlantiques**

La division Pêcheries Atlantiques constitue le plus important distributeur de produits de la mer frais et surgelés au Québec. Elle exploite deux entrepôts situés à Montréal et à Québec, lesquels sont responsables de l'approvisionnement, de l'entreposage et la vente des produits.

### **Épicerie**

La division épicerie exploite deux entrepôts, lesquels sont situés à Montréal et à Québec. Cette division s'occupe à la fois de l'approvisionnement, de l'entreposage et de la vente de produits d'épicerie, de marchandises générales et de denrées non périssables.

### **Services alimentaires**

Le secteur des services alimentaires dessert la clientèle via deux entrepôts, soit Distagro Boucherville et Distagro St-Jean-Port-Joli. Il assure l'approvisionnement en produits alimentaires auprès d'une clientèle dans les secteurs institutionnel et le marché de détail de petite surface. De plus, la division exploite trois libres-services à Montréal, Drummondville et Shawinigan.

Ce secteur permet ainsi à METRO de se tailler une place dans le créneau de distribution des petites surfaces en desservant au-delà de 2 000 points de vente dont 800 sous bannières.

### **Les entrepôts en Ontario - A & P CANADA INC. :**

Afin de desservir ses 230 points de vente en Ontario, METRO exploite cinq centres de distribution, soit un pour les produits frais, un pour les fruits et légumes, un centre pour les produits d'épicerie et un autre pour les produits surgelés, tous situés dans le secteur Etobicoke. Le cinquième entrepôt, un centre pour les produits d'épicerie, est situé dans la région d'Ottawa. Plus de 1 300 employés travaillent dans ces entrepôts.



### Les marques distributeur :



#### **Selection Merite**

Dans son offre commerciale, la Société accorde une place de choix au développement de sa marque privée Selection Merite. « Avec une gamme de produits élaborés selon des critères de goût très élevés et offerts à des prix abordables, Selection Merite obtient la faveur d'une clientèle toujours grandissante ».



#### **Irrésistible**

Dans le cadre de son programme continu de développement de sa marque privée, METRO a lancé, à l'hiver 2002, une toute nouvelle ligne de produits haut de gamme : *Irrésistible*. « Élaborés par le Chef de METRO et son équipe en s'inspirant des courants culinaires les plus appréciés, ces produits à valeur ajoutée sont destinés à faciliter la vie des familles modernes qui ne veulent pas faire de compromis sur leur alimentation de tous les jours ».



#### **Super C**

La marque privée Super C offre plusieurs produits de qualité destinés spécifiquement à sa clientèle et ce, à des prix avantageux. « Au fil des ans, la marque privée Super C a gagné la confiance des consommateurs et est devenue une des forces de la bannière ».



### **Master Choice**

« La gamme de produits *Master Choice* a été élaborée afin de prouver que les produits hauts de gamme ne se vendent pas nécessairement à des prix plus élevés. En tenant compte de cette affirmation, Métro a mis en marché plus de 900 produits *Master Choice*. Des entrées surgelées aux jus d'orange 100% pur jus, non faits de concentré, tous les produits *Master Choice* sont de qualité supérieure à des prix avantageux ».



### **Equality**

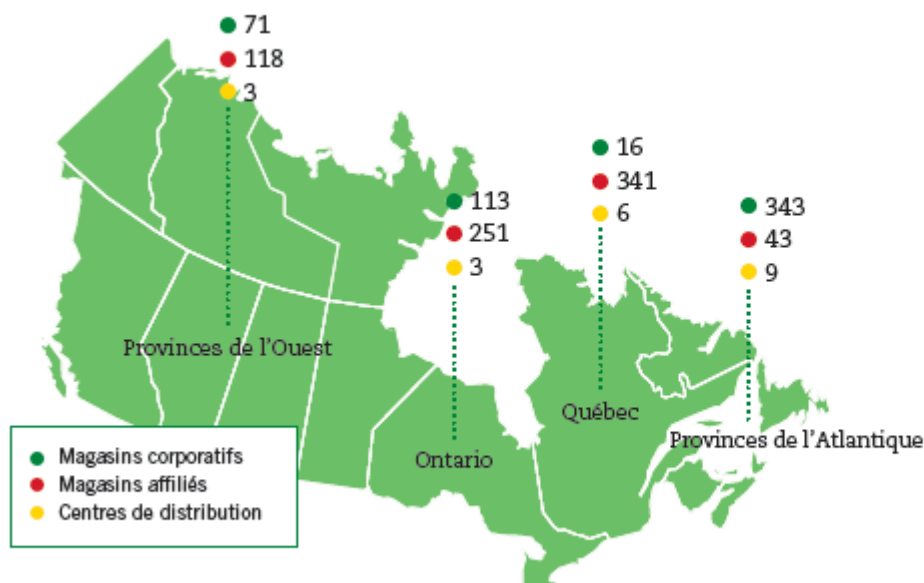
« Cette gamme exclusive de produits comporte un bon rapport qualité prix. Elle a été conçue pour satisfaire tous les budgets et modes de vie. Tous les produits *Equality* sont de qualité et viennent avec une garantie de satisfaction ». Par exemple, si le produit ne rencontre pas les normes de qualité exigées par les consommateurs, il sera entièrement remboursé.



### **Basics For Less**

« Cette gamme de produits, disponible chez *Food Basics*, comporte des produits très populaires disponibles à des prix avantageux. Basics for Less vise le consommateur qui recherche le meilleur rapport qualité prix ».

## Coup d'oeil sur Sobeys



1 296  
magasins

814  
collectivités desservies

25,4 millions  
de pieds carrés

## Présence sur le marché

CONCEPT	BANNIÈRE	PROFIL	MARCHÉS	MAGASINS
Gamme complète de services	Sobeys; IGA <i>extra</i>	Vaste gamme de produits	Canada atlantique, Québec, Ontario, Ouest canadien	323
Produits frais	Sobeys; IGA (Québec); Sobeys <i>express</i>	Prêts-à-servir, produits frais et plats du jour	Québec, Ontario	181
Service à la collectivité	IGA; Foodland	Besoins d'épicerie quotidiens et produits frais pour le milieu rural et les plus petites collectivités dotées d'un seul magasin	Canada atlantique, Ontario, Ouest canadien	312
Magasin d'escompte	Price Chopper	Produits d'alimentation quotidiens aux prix fixés selon le marché	Canada atlantique, Ontario, Ouest canadien	124
Magasin de type commodité	Besoins immédiats; Marché Bonichoix; Les Marchés Tradition	Produits faciles à emporter	Canada atlantique, Québec	285
Autres	Lawtons; Sobeys Fast Fuel etc.	Autres besoins particuliers	Ouest, Ontario et Atlantique	107



Sobeys Inc., dont le siège social est situé à Stellarton en Nouvelle-Écosse, est un chef de file de la vente au détail et de la distribution de produits alimentaires à l'échelle nationale.

Tous les chiffres communiqués ci-dessous sont ceux de l'exercice de 2007.

L'entreprise exploite un réseau de plus de 1 300 magasins corporatifs et affiliés dans les dix provinces canadiennes sous diverses bannières, notamment Sobeys, IGA extra, IGA, Foodland et Price Chopper. L'entreprise appartient à Empire Company Limited (EMP.A à la Bourse de Toronto). Outre la vente au détail de produits alimentaires, les principales activités d'Empire Company Limited sont l'immobilier et les placements de sociétés. Affichant des produits annuels d'environ 13,2 G\$ et d'un actif de 5,1 G\$, la société emploie près de 37 000 personnes, directement et par l'intermédiaire de ses filiales.

Les segments du marché de la distribution (hormis la grande distribution sous sa bannière Sobeys) où officie Sobeys Inc. :



### Marchés de quartier

**Profil :** Magasins d'alimentation prêts à combler les besoins d'épicerie courants et de réapprovisionnement de nos clients qui habitent dans les plus petites collectivités desservies par un seul magasin d'alimentation.

**Bannières :** IGA, Foodland

**Emplacements :** Provinces de l'Atlantique, Québec, Ontario, provinces de l'Ouest



### Magasins d'escompte

**Profil :** Magasins d'alimentation prêts à offrir aux consommateurs des bas prix tous les jours, dans les marchés où les prix les plus avantageux constituent un facteur déterminant dans le choix d'un magasin.

**Bannière :** Price Chopper

**Emplacements :** Provinces de l'Atlantique, Ontario, provinces de l'Ouest



### Magasins de type commodité

**Profil :** Magasins prêts à combler les besoins immédiats de nos clients.

**Bannières :** Needs, Marché Bonichoix, Les Marchés Tradition

**Emplacements :** Provinces de l'Atlantique, Québec



La marque distributeur de Sobeys est *Compliments*. Elle comprend trois volets de qualité : Économique, Sélection et Sensations. En outre, la Société a lancé deux sous-marques au cours de l'exercice 2006, soit *Compliments • Biologique* et *Compliments • Équilibre*, gammes de produits biologiques et de produits sains, respectivement. À la fin de l'exercice 2006, la Société comptait près de 3 700 produits de la marque *Compliments*.

Dans chaque province Sobeys est implantée différemment, les bannières n'y sont pas toujours les mêmes.

### *Sobeys* pour tout

La bannière Sobeys regroupe 224 supermarchés répartis en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, à l'Île du Prince Édouard, à Terre-Neuve-et-Labrador, en Ontario, au Manitoba, en Alberta et en Saskatchewan.

Les hypermarchés Sobeys offrent une gamme complète de produits et services comme un comptoir de poissons et fruits de mer frais de type européen, des fruits et légumes, une boulangerie intégrée, des comptoirs de viandes fraîches et surgelées, des aliments provenant des quatre coins du globe, un fleuriste et le *Sobeys Courtyard* qui propose des mets préparés tels que de la pizza au four à bois et du poulet de type rôtisserie. Bon nombre d'hypermarchés Sobeys offrent également certaines commodités qui facilitent le magasinage en comblant tous les besoins sous un même toit. On y trouve ainsi une pharmacie, un guichet automatique, un centre de développement de photos 1 heure, un service de nettoyage à sec et un rayon des vins.

<b>Région d'implantation</b>	Canada (hors Québec)
<b>Nombre de magasins</b>	224
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	4 500



Price Chopper propose aux consommateurs les produits de marques les plus populaires ainsi que les produits de marque distributeur *Compliments*.

Les hypermarchés Price Chopper proposent un choix de produits d'épicerie et comprennent un comptoir de charcuterie et une boulangerie, des éléments que l'on retrouve peu souvent dans les autres magasins d'alimentation à rabais.

<b>Région d'implantation</b>	Ontario, Atlantique et Ouest canadien
<b>Nombre de magasins</b>	124
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	3 500

### *Needs*

Lancée au début des années 80, la bannière *Needs* regroupe des dépanneurs de toutes les provinces atlantiques.

Bon nombre d'entre eux sont ouverts 24 heures sur 24 ou tard en soirée. Plusieurs offrent des commodités comme un guichet automatique, des billets de loterie, de la nourriture rapide et la location de films en plus de proposer une grande variété d'aliments et de produits de beauté et de santé.

Les magasins sont exploités par des détaillants indépendants. Sobeys leur vient en aide sur le plan du marketing et des conseillers régionaux s'assurent que les dépanneurs respectent les normes de haute qualité établies par Sobeys Inc..

<b>Région d'implantation</b>	Atlantique
<b>Nombre de magasins</b>	NC
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	2 000



IGA est le spécialiste de l'alimentation dans les collectivités (zones résidentielles communautaires). La bannière IGA propose une grande variété de produits alimentaires dans des supermarchés très fonctionnels.

Sobeys, par le biais de ses bureaux divisionnaires régionaux, exploite plus de 438 magasins *IGA* et *IGA extra* situés dans des endroits stratégiques, du Québec à l'Alberta. Conçue principalement pour desservir les collectivités de taille moyenne et les banlieues, *IGA* est considérée comme la plus importante bannière d'épiciers indépendants au Canada.

Ainsi, chez *IGA*, les consommateurs se voient offrir le type de service d'un marché d'alimentation voué à la satisfaction des besoins particuliers de sa clientèle locale.

*IGA* a fait son apparition sur le marché québécois en 1953, à une époque où le nombre d'épicerie indépendantes connaissait une forte croissance dans la province. De nos jours, les supermarchés *IGA* du Québec représentent 55 % de l'ensemble des établissements de la bannière au Canada. De plus, le Cybermarché *IGA* est une des premières épicerie en ligne au monde. À partir de ce site Web interactif, les consommateurs peuvent effectuer leurs commandes d'épicerie, porter leurs achats à leur carte de crédit et les faire livrer à l'adresse de leur choix.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	438
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	2 700



Les *marchés Bonichoix* sont des commerces de petite taille, considéré comme magasin de proximité apportant une certaine valeur ajoutée aux produits distribués.

A ce jour, les *marchés Bonichoix* se situent au Québec, on peut en dénombrer 83.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	83
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	500



Au mois d'avril 1998, Sobeys Québec procédait au lancement de la bannière *Les Marchés Tradition* pour desservir les marchés d'alimentation de plus petite taille au Québec.

La décision de créer cette nouvelle bannière découle d'une étude détaillée sur les marchés de l'alimentation au détail au Québec et au Canada. Les établissements sont conçus dans le but de répondre aux attentes des consommateurs à la recherche d'une épicerie axée sur les produits frais, à deux pas de chez eux. *Les Marchés Tradition* sont reconnus pour leur service personnalisé, leur proximité, et leur grande variété de produits frais; ces derniers constituant l'essentiel de leurs ventes.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	29
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	1 100



Les magasins *Foodland* se retrouvent principalement dans les zones rurales de différentes provinces canadiennes.

Il s'agit de supermarchés de quartier affiliés axés sur la commodité. On peut s'y procurer une grande variété de produits alimentaires traditionnels tels que des fruits et légumes, de la viande, des produits laitiers, des aliments surgelés, des produits d'épicerie, des produits de boulangerie et des pâtisseries ainsi que de la charcuterie.

Les marchés *Foodland* se distinguent car ce sont des franchises. Approvisionnés par le réseau de distribution de Sobeys, les détaillants *Foodland* se voient ainsi offrir une foule de produits et services, dont la majeure partie de leurs articles d'épicerie et aliments frais, des produits de marques maison, des conseils de spécialistes, des services d'aménagement intérieur et extérieur, sans oublier un soutien en matière de publicité et de marketing.

<b>Région d'implantation</b>	Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau Brunswick et Ontario
<b>Nombre de magasins</b>	NC
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	1 350





C'est par le biais de TRA Atlantic que Sobeys créait, en 1983, le programme commercial pour les dépanneurs Kwik-Way. De nos jours, on compte plus de 1 400 établissements Kwik-Way dans les quatre provinces atlantiques et en Ontario, ce qui en fait la plus grande chaîne de dépanneurs au Canada.

Le programme Kwik-Way a été mis sur pied dans le but d'offrir aux propriétaires de magasins Kwik-Way indépendants tous les avantages qu'offre le regroupement de magasins.

Le mode d'exploitation des magasins Clover Farm de Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, de l'Île du Prince Édouard et de Terre-Neuve et Labrador est sensiblement le même que celui des établissements Kwik-Way.

<b>Région d'implantation</b>	Atlantique et Ontario
<b>Nombre de magasins</b>	1 400
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	405



Propriété de Sobeys Inc. depuis 1996, les pharmacies *Lawtons* font aujourd'hui partie intégrante de la Société Sobeys.

L'entreprise compte 60 établissements répartis dans toutes les provinces atlantiques. On y offre une gamme complète de médicaments en vente libre et délivrés sur ordonnance, de produits de santé et de beauté ainsi que certains articles d'usage général.

De plus, *Lawtons* s'occupe de la gestion des pharmacies qui se trouvent à l'intérieur des magasins Sobeys, partout au Canada.

<b>Région d'implantation</b>	Provinces Atlantiques
<b>Nombre de magasins</b>	60
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	540



## Big 8

Propriété de Sobeys Inc., *Big 8 Beverages* est un fabricant de boissons gazeuses de la Nouvelle-Écosse qui distribue ses nombreux produits aux clients internes et externes de Sobeys.

La raison d'être de l'entreprise, fondée à l'automne 1986 par Sobeys, consistait à proposer une solution de rechange aux grandes marques nationales en offrant des boissons d'excellente qualité à des prix alléchants. Les installations d'embouteillage, qui se trouvent à Stellarton en Nouvelle-Écosse, comprennent depuis peu une section réservée à la mise en bouteilles d'eau de source naturelle.

<b>Région d'implantation</b>	NC
<b>Nombre de magasins</b>	NC
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	NC



Acquis de Steinberg en 1992, cette bannière regroupe 116 établissements affiliés. Ces dépanneurs offrent une gamme élaborée de produits et de services répondant aux besoins d'une clientèle de proximité qui recherche qualité, rapidité du service et prix compétitifs.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	116
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	120



Cette bannière fut acquise de Steinberg en 1992 et sont tous indépendants. Les marchands regroupés sous cette bannière offrent à leur clientèle les rayons de base de l'épicerie conventionnelle, dans un environnement agréable aux dimensions réduites. Certains marchands offrent également des produits frais de boulangerie faits sur place et des plats préparés.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	122
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	220



Les dépanneurs *Boni-Soir* existent depuis 1978. Au fil des années, ces dépanneurs ont sans cesse évolué pour devenir des dépanneurs haut de gamme offrant à leur clientèle une variété complète de produits et de services dans un environnement moderne. Boni-Soir est ainsi devenue la bannière numéro un des dépanneurs indépendants au Québec.

Les produits *Nos Compliments* sont offerts dans tous les établissements et certains marchands ont aussi développé des spécialités de boulangerie et de produits maison. Cette bannière compte 227 établissements affiliés dont 80 avec station-service.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	227
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	160



De type marché public, les magasins Food Town comprennent trois rayons principaux, soit les produits d'épicerie, les viandes fraîches ainsi que les fruits et légumes.

Certains magasins offrent également des produits de charcuterie et une boulangerie intégrée.

<b>Région d'implantation</b>	Québec
<b>Nombre de magasins</b>	NC
<b>Superficie moyenne (m<sup>2</sup>)</b>	NC



## Le découpage du territoire canadien par Sobeys

### Sobeys Atlantique

Sobeys exploite dans la région de l'Atlantique les bannières *Sobeys*, *Foodland*, *Price Chopper*, *Needs* et *Lawtons*, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, à Terre-Neuve et Labrador et à l'Île du Prince Édouard.

L'approvisionnement de ces commerces ainsi que de plusieurs autres magasins non affiliés s'effectue à partir d'un réseau de neuf centres de distribution.

Sobeys Atlantique est dirigée par M. Jason Potter, président de l'exploitation, et son siège social est situé à Stellarton en Nouvelle-Écosse.

#### Provinces de l'Atlantique

Superficie totale en  
pieds carrés : 4 875 914

#### Nombre de magasins :

Sobeys	83
Price Chopper	28
Clover Farm	3
Needs	158
Libres-services	7
Sobeys Fast Fuel	6
Foodland	41
Lawtons	60

---

<b>Total</b>	<b>386</b>
--------------	------------

---



## Sobeys Québec

Sobeys exploite dans la région du Québec les bannières *IGA*, *IGA extra*, *Marché Bonichoix* et *Les Marchés Tradition*.

Les sept centres qui forment le réseau de distribution du Québec approvisionnent en produits tous ces commerces ainsi que bon nombre de membres-acheteurs non affiliés.

Par l'entremise de ses centres de distribution et de ses bureaux de Montréal-Nord et de Québec, Sobeys Québec offre à ses détaillants une gamme complète de services à valeur ajoutée dans les domaines du marketing, de la modernisation des magasins, des technologies et de l'exploitation au détail.

Sobeys Québec est dirigée par M. Marc Poulin, président de l'exploitation, et son siège social est situé à Montréal.

### Québec

Superficie totale en  
pieds carrés : **7 646 483**

#### Nombre de magasins :

IGA extra	70
IGA	175
Marché Bonichoix	83
Les Marchés Tradition	29

---

<b>Total</b>	<b>357</b>
--------------	------------

---





## Sobeys Ontario

Dans la région de l'Ontario, Sobeys exploite quatre bannières : *IGA*, *Sobeys*, *Foodland* et *Price Chopper*.

Les commerces de détail de Sobeys Ontario sont approvisionnés depuis trois centres de distribution ultramodernes.

Par l'entremise de ses centres de distribution et de son bureau régional situé à Mississauga, Sobeys Ontario offre à ses détaillants des produits de qualité et des services à valeur ajoutée.

Sobeys Ontario est dirigée par Craig Gilpin, président de l'exploitation, et son siège social est situé à Mississauga, en Ontario.

### Ontario

Superficie totale en  
pieds carrés : **8 524 874**

#### Nombre de magasins :

Sobeys	67
Sobeys express	3
IGA	105
Price Chopper	89
Foodland	88
Commisso's	12

---

<b>Total</b>	<b>364</b>
--------------	------------

---



Sobeys pour tout





## Sobeys Ouest

Sobeys exploite dans la région de l'Ouest les bannières *IGA*, *Sobeys Price Chopper* et *Thrifty Foods* au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta, en Colombie-Britannique et dans les Territoires du Nord-Ouest.

Le réseau de distribution des produits dans l'Ouest compte sur trois entrepôts et bureaux complets situés à Edmonton, Calgary, Winnipeg ainsi que d'un bureau régional à Saskatoon.

Par l'entremise de ses centres de distribution et de ses bureaux régionaux, Sobeys Ouest offre à ses détaillants des produits de qualité et des services à valeur ajoutée.

Sobeys Ouest est dirigée par M. Gary Kerr, président de l'exploitation, et son siège social est situé à Edmonton, en Alberta.

### Provinces de l'Ouest

Superficie totale en  
pieds carrés : 4 365 819

#### Nombre de magasins :

Sobeys	74
Western Cellars	21
IGA	88
Thrifty Foods	2
Price Chopper	1
Libres-services	3

---

**Total** 189

---



*Sobeys* pour tout





La croissance de Wal-Mart International à l'échelle mondiale s'est réalisée en combinant la construction et l'acquisition de nouvelles succursales. Cette stratégie a facilité la percée de la Compagnie sur le marché canadien. La croissance prometteuse de la Compagnie en Amérique du Nord, en Amérique Latine, en Asie et en Europe lui permet d'envisager des projets d'expansion. L'entreprise fonctionne avec neuf tailles de magasins différentes : supercenters, food and drugs, general merchandise stores, bodegas (petit commerçant), cash and carry stores, membership warehouse clubs, apparel stores, soft discount stores et restaurants.

Wal-Mart Canada a été fondée au mois de mars 1994, lors de l'acquisition de Woolco, une division de Woolworth Canada Inc. En moins de huit mois, 122 magasins Woolco ont été convertis en succursales Wal-Mart.

Aujourd'hui, le siège social de Wal-Mart Canada est situé à Mississauga, en Ontario. Avec plus de 299 succursales, 6 SAM'S CLUB et 7 supercentres, Wal-Mart compte plus de 77000 « associés » de l'Est à l'Ouest du pays. Les demandes ne cessent de croître pour l'établissement de nouvelles succursales Wal-Mart dans tout le pays. Wal-Mart Canada continuera donc de s'agrandir. En effet, le détaillant américain joue sur deux tableaux : une politique de prix agressive et une croissance robuste du nombre de magasins.

Partout au Canada, chaque succursale compte près de 80 000 produits différents, incluant des vêtements, des accessoires pour la maison, des produits ménagers, des jouets, des articles de quincaillerie, de la peinture, du papier peint, des accessoires pour l'automobile, des articles électroniques, des articles de sport, des meubles, des articles d'horticulture, des cosmétiques, des bijoux et des denrées alimentaires.

<b>Région d'implantation</b>	Canada
<b>Nombre de succursales Wal-Mart</b>	267
<b>Supercentres Wal-Mart</b>	32
<b>Sam's Club</b>	6



Costco est une entreprise américaine. Le premier entrepôt de l'entreprise, ouvert en 1976 sous le nom de Price Club, était situé dans un ancien hangar d'avions sur le boulevard Morena à San Diego en Californie. Ne desservant à l'origine que les PME, l'entreprise réalisa qu'elle accroîtrait ses ventes si elle était aussi ouverte à un public sélectionné de membres. Ce changement lança la croissance de l'industrie du club-entrepôt. En 1983, le premier entrepôt Costco ouvrit ses portes à Seattle. Costco devint la première entreprise à faire passer ses ventes de 0 à 3 milliards de dollars en moins de six ans. Lorsque Costco et Price Club fusionnèrent en 1993, cette nouvelle entreprise qui portait le nom PriceCostco avait 206 entrepôts et générait des ventes annuelles de 16 milliards de dollars.

Sa philosophie d'exploitation est simple : garder les prix bas et faire profiter ses membres des économies. Depuis l'adoption du nom simplifié de Costco en 1997, l'entreprise possède maintenant plus de 435 entrepôts dans le monde et au cours du dernier exercice, elle a fait des ventes totales de plus de 60 milliards de dollars dont près de 9 milliards dans ses 75 entrepôts canadiens.

Région d'implantation	Canada	
	Québec	Ontario
Nombre d'entrepôts	18	25
	75	

## Sources :

<http://www.walmartcanada.ca>

<http://www.costco.ca/>

<http://corporate.sobeys.com>

<http://www.metro.ca/corpo>

<http://www.loblaw.ca>

<http://www.weston.ca>

<http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca>

<http://investglobe.wordpress.com>

<http://www.cyberpresse.ca>

<http://www.retailcouncil.org>

<http://www.supermarches.ca>

<http://www.cnw.ca>